

IDC MarketScape : évaluation mondiale 2021 des éditeurs d'applications collaboratives et communautaires

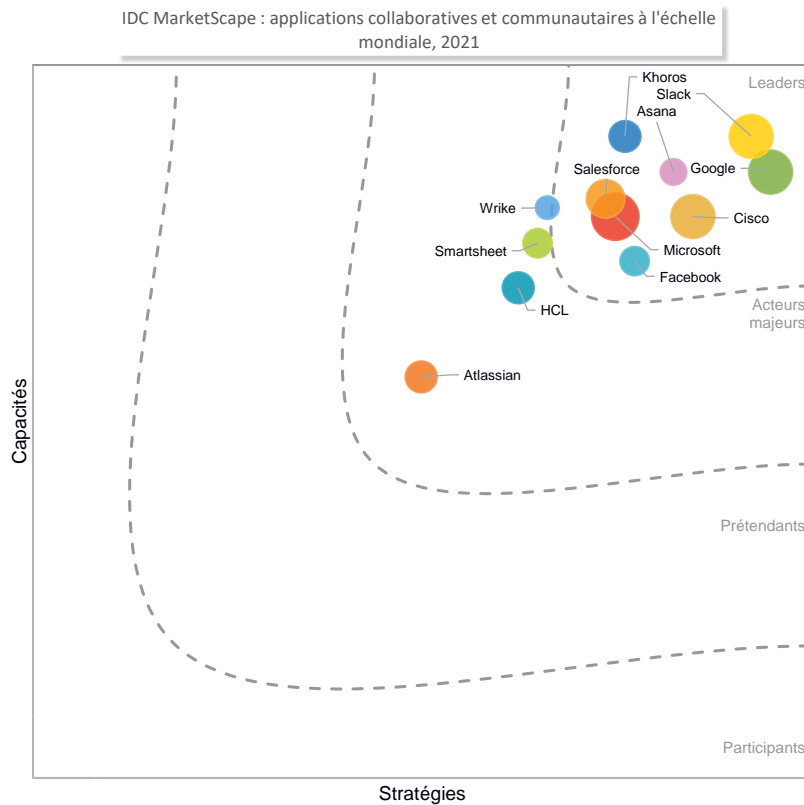
Wayne Kurtzman

CET EXTRAIT DE L'IDC MARKETSCAPE CONCERNE SLACK

FIGURE IDC MARKETSCAPE

FIGURE 1

Évaluation mondiale 2021 IDC MarketScape des éditeurs d'applications collaboratives et communautaires



Source : IDC, 2021

Reportez-vous à l'Annexe pour en savoir plus sur la méthodologie, la définition du marché et les critères d'évaluation utilisés par IDC.

DANS CET EXTRAIT

Cet extrait est directement tiré du document IDC MarketScape : évaluation mondiale 2021 des éditeurs d'applications collaboratives et communautaires (Doc n° US46743820e). Les parties ci-dessous figurent en partie ou en totalité dans cet extrait : Le point de vue d'IDC ; Critères de sélection des éditeurs dans l'IDC MarketScape ; Conseils pour les acheteurs de solutions, Profil synthétique de l'éditeur, Annexe et En savoir plus. La Figure 1 a également été reprise.

LE POINT DE VUE D'IDC

Cette étude s'appuie sur la méthodologie IDC MarketScape pour évaluer les principaux éditeurs mondiaux de plateformes collaboratives et communautaires.

La pandémie de COVID-19 a entraîné un besoin croissant d'outils collaboratifs qui peuvent être classés en trois grandes catégories : les applications pour la collaboration d'équipe, les applications collaboratives avec gestion du travail intégrée et les outils communautaires d'entreprise (plateformes de gestion des communautés permettant de créer un lien entre l'intérieur et l'extérieur de l'entreprise). Dans le cadre de ce document, IDC a identifié les leaders des marchés des applications pour la collaboration d'équipe et des applications communautaires d'entreprise.

En résumé :

- Les applications collaboratives sont devenues indispensables pour permettre de connecter différentes personnes travaillant ensemble, indépendamment de l'endroit où elles se trouvent.
- Les applications collaboratives et communautaires connectent à la fois les salariés, les partenaires et les clients.
- En multipliant le nombre de fonctionnalités disponibles, les éditeurs de ce type de solutions tentent de se distinguer, et ils proposent des intégrations avec d'autres produits afin de fluidifier les workflows et d'améliorer leurs performances.
- Quelle que soit leur taille, les entreprises centralisent le travail et les communications sur des plateformes collaboratives et communautaires.
- À la différence des e-mails, ces plateformes permettent de centraliser les discussions autour d'un sujet, de gagner du temps et d'encourager chaque personne à y participer afin d'obtenir de meilleurs résultats.

CRITÈRES DE SÉLECTION DES ÉDITEURS DANS L'IDC MARKETSCAPE

Cette évaluation IDC MarketScape porte sur les éditeurs d'applications pour la collaboration d'équipe et d'applications communautaires d'entreprise. Les critères pris en compte dans le choix des éditeurs sont les suivants :

-
- Les éditeurs devaient figurer en 2019 et en 2020 sur les Market Share d'IDC parmi les 10 premiers éditeurs mondiaux d'applications collaboratives, d'applications pour la collaboration d'équipe ou d'applications communautaires d'entreprise.
 - Les éditeurs devaient proposer un produit visant principalement à faciliter/renforcer la collaboration et/ou les échanges communautaires pour un métier précis ou l'ensemble des fonctions de l'entreprise.
 - Les éditeurs devaient être présents aux États-Unis et dans au moins un autre pays.
 - Ils devaient commercialiser leur produit dans au moins trois régions du monde.
 - Les produits retenus dans le cadre de cette étude ont été examinés dans leur dernière version disponible au 1^{er} août 2021

CONSEILS POUR LES ACHETEURS DE SOLUTIONS

-
- Les entreprises ont besoin que leurs applications collaboratives prennent en charge les API des éditeurs d'autres logiciels qu'ils utilisent, notamment leur CRM, SIRH et leur solution marketing. Elles cherchent à consolider leurs données, à améliorer l'expérience de leurs clients (CX), de leurs collaborateurs et de leurs partenaires, et à exploiter le machine learning (ML) pour créer de nouveaux leviers qui amélioreront leurs résultats.
 - Suite aux événements de 2020, ces éditeurs ont accéléré le déploiement de nouvelles fonctionnalités. Cette tendance devrait perdurer au cours des prochaines années.
 - L'assistance client présente parfois quelques lacunes chez certains éditeurs, en raison notamment de la forte croissance du marché. Une communauté de clients permet de répondre à ces besoins d'assistance et de renforcer la fidélité des clients à la marque.
 - De nombreux éditeurs ont commencé à confier à des partenaires les services commerciaux et d'assistance de première ligne, mais les résultats obtenus restent variés et contrastés. Plusieurs clients interrogés ont indiqué que les partenaires n'utilisaient pas toujours les applications qu'ils vendaient, ce qui limite leur connaissance du produit et leur capacité à assister les clients. Les clients souhaitent acheter leurs produits et bénéficier d'une assistance en ligne, pouvoir s'appuyer sur une communauté d'utilisateurs disponibles et faire évoluer leurs produits en fonction des nouveaux besoins.
 - Les entreprises souhaitent acheter des produits durables bénéficiant d'une roadmap cohérente et de mises à jour régulières. Une fréquence de mise à jour annuelle ou semestrielle ne donne plus le sentiment d'innover suffisamment.

- Pour beaucoup d'éditeurs, la facilité des achats en ligne, la personnalisation et les déploiements de solutions d'entreprise, ainsi que l'intégration et le support client posent un certain nombre de difficultés. La prise en considération de l'expérience client est impérative. Une simplification est nécessaire dans ces différents domaines.
- Les clients expriment le besoin d'utiliser des API améliorées pour beaucoup de leurs produits, et ils ont également besoin d'aide pour gérer le changement afin de fonctionner de manière plus collaborative.
- Ils ont également besoin de fonctionnalités de traduction en temps réel et d'une assistance internationale.

PROFIL SYNTHETIQUE DE L'ÉDITEUR

Cette section présente brièvement les principales constatations d'IDC ayant permis de positionner l'éditeur dans l'IDC MarketScape. Bien que chaque éditeur soit évalué en fonction des critères présentés dans l'Annexe, les informations fournies dans cette section résument les forces et les faiblesses de chacun d'entre eux.

Slack

Slack fait partie des leaders au sein de cette étude mondiale IDC MarketScape 2021 sur les applications collaboratives et communautaires.

Lorsque la pandémie a fait son apparition, Slack était l'une des rares solutions déjà connue sur le marché et prête à faire face à une utilisation croissante.

Slack a pour objectif d'aider les entreprises à gagner en vitesse et transparence, tout cela, dans un écosystème en temps réel. À son apogée en 2020, la célèbre plateforme de messagerie a enregistré jusqu'à 65 millions de messages par seconde.

Slack est connue pour sa capacité à connecter facilement les équipes, même entre plusieurs sociétés. Le lancement de Slack Connect permet aux entreprises de bénéficier de mécanismes sécurisés pour les connexions, les communications et la création conjointe de flux de travail. La facilité d'achat et de déploiement de la solution pendant l'année 2020 a contribué à la croissance de l'entreprise.

De nouvelles fonctionnalités ont été lancées, telles que les appels d'équipe Slack, une fonctionnalité audio permettant de faciliter la collaboration spontanée et asynchrone, des outils de réunion vidéo asynchrone, l'envoi programmé de messages, ainsi que Slack Atlas qui permet d'obtenir plus d'informations sur les profils et les répertoires internes de l'entreprise. Plusieurs fonctionnalités axées sur la sécurité ont été ajoutées récemment à la plateforme, notamment la détection de logiciels malveillants et l'analyse de liens, ainsi que l'installation et le déploiement d'applications avec vérification sécurisée.

Slack compte plus de 91 000 clients payants et plus de 950 000 terminaux connectés à Slack Connect. Ce qui correspond à une augmentation de 265 % par rapport à l'année précédente.

En juillet 2021, Salesforce a racheté Slack pour 27,7 milliards de dollars. Slack devrait ainsi devenir la plateforme collaborative de référence et être intégrée à l'interface utilisateur de l'écosystème de Salesforce, même si la plateforme sera toujours commercialisée sous le nom de Slack.

Forces

- La plateforme Slack a largement été adoptée par la communauté des développeurs et est devenue depuis « conviviale pour l'utilisateur lambda ». Elle est souvent utilisée à l'intérieur et à l'extérieur de l'entreprise comme plateforme de messagerie multicanale rapide et fiable.
- Slack peut être intégrée à un grand nombre de logiciels d'entreprise, y compris Microsoft 365, Google Workspace et Salesforce, ce qui évite de changer d'environnement de travail. L'expérience de travail se rapproche de celle offerte par un « écran unique » permettant à chacun de continuer à travailler au sein de l'application dont il a le plus besoin.
- Slack peut se prévaloir d'une solide communauté de développeurs regroupant 975 000 développeurs enregistrés et actifs quotidiennement en avril 2021.
- Les développeurs peuvent créer leurs propres modèles, réutiliser des blocs de construction et travailler sans écrire aucune ligne de code, ce qui leur permet de gagner du temps afin de se consacrer à des tâches à plus forte valeur ajoutée.
- Les nouvelles fonctionnalités audio et vidéo remplacent la saisie à l'aide des appels rapides (chat audio) ou l'enregistrement de courtes vidéos afin de partager des contenus/statuts – les deux donnant lieu à une transcription sur l'ensemble des canaux de communication.
- Slack facilite la prise en charge et la gestion des relations client en interne afin que l'entreprise puisse contrôler l'expérience client sans avoir recours à des partenaires externes.
- Bien que la version gratuite de Slack rencontre un large succès, les entreprises privilégient l'un des trois forfaits payants (Pro, Business+ ou Enterprise Grid) qui répondent davantage à leurs besoins en matière de sécurité, de conformité et de gouvernance.

Défis

- Bien que Slack soit le créateur des applications étudiées, son offre n'est pas parfaitement comprise.
- La valeur ajoutée générée grâce à Slack est bien supérieure lorsque la plateforme est intégrée à des applications d'entreprise. Slack devra inciter les entreprises à acheter des applications collaboratives, ce qui représentera un véritable défi auprès de celles qui sont moins sensibles à la collaboration.
- Pour réinventer leur façon de travailler, les entreprises doivent trouver de nouveaux moyens de communiquer à tous les niveaux de l'entreprise. Elles auront donc besoin de s'appuyer sur des technologies et une culture collaboratives, en utilisant Slack ou toute autre solution.

Dans quel cas choisir la plateforme Slack ?

Slack constitue une bonne solution pour les entreprises ayant besoin d'une messagerie pour les communications internes et/ou entre sociétés. Slack peut également être envisagée lorsque des applications tierces sont souvent utilisées.

Conseils pour la lecture de l'IDC MarketScape

Pour les besoins de cette analyse, IDC a réparti les facteurs clés de succès en deux catégories principales : « fonctionnalités » et « stratégies ».

Le positionnement sur l'axe des ordonnées reflète les fonctionnalités et l'étendue des services proposés par l'éditeur, ainsi que l'adéquation entre sa proposition et les besoins des clients. La catégorie « fonctionnalités » correspond aux fonctionnalités de ses produits à l'instant présent et dans le contexte actuel. Au titre de cette catégorie, les analystes d'IDC étudient l'adéquation des fonctionnalités conçues/offertes par les éditeurs avec la stratégie qu'ils ont choisi de mettre en œuvre sur le marché.

Le positionnement sur l'axe des abscisses (l'axe « stratégies ») mesure l'adéquation de la stratégie à long terme de l'éditeur avec les besoins que les clients exprimeront d'ici trois à cinq ans. La catégorie « stratégies » tient compte avant tout des choix de la direction et des hypothèses sur lesquels se fondent les produits commercialisés, des segments de clients ciblés, des secteurs d'activités, ainsi que des programmes de mise sur le marché pour les trois à cinq prochaines années.

Dans l'IDC MarketScape, la taille du point associé à chaque éditeur est proportionnelle à sa part de marché sur le segment de marché étudié.

Si l'on se base sur la catégorie des leaders de ce marché, on constate que ce marché est particulièrement mature. Ces entreprises leaders ont fortement contribué à faire avancer le marché afin de répondre aux besoins émergents de 2020 et des années suivantes. Même le produit le moins mature est déjà très évolué et parfaitement stable. La représentation visuelle de l'IDC MarketScape est donc difficile à interpréter (comme on peut le constater sur la Figure 1), mais des clarifications sur les spécificités de chaque éditeur ont été intégrées dans la section « Profil synthétique ».

Méthodologie utilisée pour l'IDC MarketScape

Les critères de choix, les pondérations et les notes attribuées aux éditeurs dans le cadre de l'IDC MarketScape expriment une appréciation d'IDC fondée sur des études approfondies du marché et de certains éditeurs. Les analystes d'IDC adaptent les critères d'évaluation en fonction des échanges, des enquêtes et des entretiens structurés conduits auprès d'entreprises leaders du marché, de divers participants et d'utilisateurs finaux. Les pondérations de marché sont basées sur des entretiens avec des utilisateurs, des enquêtes auprès d'acheteurs et les informations fournies par des experts d'IDC sur chaque marché. Les analystes d'IDC déterminent les notes individuelles attribuées à chaque éditeur ainsi que le classement IDC MarketScape qui en découle en fonction des enquêtes et des entretiens approfondis conduits auprès des éditeurs, des informations publiques et des expériences des utilisateurs finaux. Les données recueillies permettent de procéder à une évaluation précise et cohérente des caractéristiques, des pratiques et des fonctionnalités proposées par chaque éditeur.

Définition du marché

Applications collaboratives

Les applications collaboratives permettent à des groupes de personnes de travailler ensemble en partageant des informations, des communications et des processus courants. Les marchés des applications collaboratives sont définis ci-après.

Applications communautaires d'entreprise

Les applications communautaires d'entreprise facilitent la collaboration sociale entre des personnes situées dans et en dehors du périmètre interne sécurisé (pare-feu) d'une entreprise. Les fonctionnalités de ces solutions comprennent, entre autres : les flux d'activité, les blogs, les wikis, les microblogs, les forums de discussion, les groupes (publics ou privés), les idées, les profils, les moteurs de recommandations (personnes, contenus ou objets), l'étiquetage, les signets et les communautés en ligne. Une application communautaire d'entreprise apporte une nouvelle dimension collaborative et relationnelle dans l'entreprise. Cette solution peut être distincte/autonome ou consister en un ensemble d'API orientés service ou d'applications intégrées qui coexistent avec d'autres applications métiers ou de communication. Les solutions autonomes peuvent prendre en charge un seul type de fonctionnalités sociales (tel que les communautés en ligne, la formulation d'idées ou la gestion de l'innovation) ou une plateforme généraliste qui offre de nombreuses fonctionnalités.

Applications pour la collaboration d'équipe

Les applications pour la collaboration d'équipe (TCA) offrent un espace de travail et un ensemble intégré d'outils Web pour une collaboration ad hoc, non structurée, axée sur des actifs ou des documents, entre des personnes de domaines connus. Une TCA s'apparente à une « salle sécurisée » qui contient des documents, un historique de discussions et de transactions permettant de disposer d'archives permanentes et auditables, ou un espace de travail partagé plus polyvalent dans lequel les utilisateurs peuvent accéder à des fichiers, les stocker et les partager. L'administration est souvent réalisée par un utilisateur identifié (qui régit les règles d'accès), mais le contrôle / la gestion de l'administration par l'IT est également possible. Les TCA peuvent permettre d'intégrer un service d'annuaire et de gérer des politiques, et être intégrées à des outils de collaboration sociale (contenu partagé associé à des fils d'actualité ou des groupes). Les communications dans les environnements des TCA sont principalement asynchrones, B2B et réservées à des personnes spécifiques.

EN SAVOIR PLUS

Études en rapport avec le présent document

- *Worldwide Collaborative Applications Forecast, 2021-2025* (IDC n° US48061821, juillet 2021)
- *Worldwide Collaboration Applications Market Shares, 2020: The Year of Mass Adoption* (IDC n° US48061921, juillet 2021)
- *IDC's Annual Collaboration Survey, 2021* (IDC n° US46305621, mai 2021)
- *IDC Conferencing Applications and Virtual Events Survey 2021: New Expectations* (IDC n° US47693821, mai 2021)
- *The Rapidly Evolving Future of Collaboration and Conferencing* (IDC #n° DR2021_FoW_WK, mars 2021)
- *Market Analysis Perspective: Worldwide Collaboratif Applications, 2020* (IDC n° US45918920, septembre 2020)

Synopsis

La présente étude d'IDC consiste en une évaluation des éditeurs du marché des applications collaboratives et communautaires, via le modèle IDC MarketScape. Les applications pour la collaboration d'équipe et les applications communautaires d'entreprise sont devenues essentielles pour connecter les salariés, les fournisseurs, les partenaires et les clients. Chaque éditeur a su se différencier en ayant à la fois des fonctionnalités de base et des fonctionnalités d'intégration qui, selon lui, susciteront la plus forte demande à l'avenir. Alors que la croissance de certaines entreprises a été ralentie par des problèmes de service client, toutes cherchent de nouveaux moyens de promouvoir la collaboration et les communautés qui occuperont une place centrale dans les IT de l'entreprise à l'avenir. Si l'on se base sur le rythme d'adoption de ce type de plateformes, on peut s'attendre à ce que ces plateformes collaboratives et communautaires rencontrent un grand succès à l'avenir. Les entreprises doivent les considérer comme un nouveau moyen de communiquer, de former une communauté, d'améliorer l'expérience client et collaborateur et, surtout, de repenser les processus existants.

Selon Wayne Kurtzman, directeur de recherche pour les applications sociales, communautaires et collaboratives chez IDC, « L'avenir de l'entreprise dépend de sa capacité à connecter les collaborateurs, les partenaires et les clients et à former des communautés ». Il ajoute : « Les intégrations étroites avec le reste des technologies permettent d'enrichir les connaissances de l'entreprise, de travailler dans un même environnement et d'augmenter considérablement la productivité des collaborateurs en améliorant leur expérience de travail. Les entreprises qui ne parviennent pas à mettre en place une plateforme collaborative et communautaire bien conçue obligeront leurs salariés, leurs partenaires et leurs clients à créer leur propre solution ».

À propos d'IDC

IDC est un acteur majeur de la recherche, du conseil et de l'événementiel sur les marchés des technologies de l'information, des télécommunications et des technologies grand public. IDC aide les professionnels évoluant sur les marchés IT et les investisseurs à prendre des décisions stratégiques basées sur des données factuelles. Plus de 1 100 analystes d'IDC proposent leur expertise globale, régionale et locale sur les opportunités et les tendances technologiques dans plus de 110 pays à travers le monde. Depuis plus de 50 ans, IDC propose des analyses stratégiques pour aider ses clients à atteindre leurs objectifs clés. IDC est une filiale de la société IDG, leader mondial du marché de l'information dédiée aux technologies de l'information.

Siège social mondial :

140 Kendrick Street
Building B
Needham, MA 02494, États-Unis
États-Unis
+1.508.872.8200
Twitter : @IDC
blogs.idc.com
www.idc.com

Copyright et marques de commerce

Ce document d'étude d'IDC a été publié dans le cadre d'un service de veille continue d'IDC proposant des études écrites, des interactions avec des analystes, des télébriefings et des conférences. Consultez le site www.idc.com pour en savoir plus sur les services d'abonnement et de conseil d'IDC. Pour consulter la liste des bureaux d'IDC dans le monde, rendez-vous à l'adresse www.idc.com/offices. Vous pouvez contacter la hotline d'IDC au 800.343.4952, poste 7988, depuis les États-Unis (ou au +1.508.988.7988 depuis les autres pays) ou en écrivant à l'adresse sales@idc.com pour obtenir des informations sur les modalités tarifaires entre ce document et un service d'IDC, ou pour savoir comment obtenir des copies supplémentaires ou des informations sur les droits Internet. IDC et IDC MarketScape sont des marques de commerce d'International Data Group, Inc.

Copyright 2021 IDC. Toute reproduction sans autorisation écrite est strictement interdite. Tous droits réservés.

