

Feuille de route pour Collaboration et Communications Unifiées

Un article écrit par les experts de 

Cet article est une traduction de l'article de Dave Hall A roadmap to real « unified » Communications & Collaboration.

À mon premier contact, je constate que les entreprises ont une certaine connaissance des communications unifiées, mais qu'elles en ont une compréhension détaillée variable.

Cependant, la perception des entreprises en matière de communications unifiées est souvent bien éloignée de la réalité. Le mot « vidéo » revient souvent. Le terme « messagerie instantanée » également.



En résumé, les communications unifiées consistent en une seule plateforme acceptant tous les modes de communications : voix, vidéo, collaboration, présence et messagerie instantanée. Cette plateforme offre une interface unique aux utilisateurs et aux réglages pour les gestionnaires.

Le mot-clé est « unifié ». Il s'agit d'une solution unique avec un seul point de gestion. Après cette clarification, je pose aux entreprises la question suivante : Dans cinq ans, qu'en sera-t-il des communications unifiées dans votre entreprise? La plupart des clients ont une vision à long terme des communications unifiées, qui inclut généralement leurs investissements passés en voix ou en vidéo.

Les entreprises savent ce qu'elles veulent, mais pas nécessairement comment l'obtenir. C'est là que la feuille de route entre en jeu.

De vraies communications unifiées en cinq phases

Bon nombre d'entreprises adoptent l'approche du « meilleur possible » pour leurs technologies de communication. Cette stratégie mène toutefois à l'utilisation d'applications cloisonnées difficiles à intégrer, à utiliser et à gérer. En adoptant une approche graduelle, les entreprises peuvent progressivement exploiter tous

les modes de communication – voix, vidéo, collaboration, présence et messagerie instantanée – à partir d’une plateforme commune et ainsi protéger leurs investissements existants tout en passant à une collaboration et à des communications véritablement unifiées.

Phase 1 : déployer l’application

Lorsqu’elles effectuent ce virage, la plupart des entreprises souhaitent protéger leurs investissements actuels dans leurs solutions voix (y compris en systèmes téléphoniques) et parfois vidéo. C’est pourquoi nous commençons par déployer une application commune, habituellement la présence ou la messagerie instantanée. Les entreprises disposent ainsi d’un outil à l’échelle de l’organisation ainsi que d’une fonction de communications unifiées fonctionnant indépendamment des plateformes des services voix, vidéo ou de collaboration existantes. Cette stratégie permet d’intégrer les communications unifiées dans l’entreprise, de les faire connaître aux utilisateurs et d’en encourager l’adoption.

Phase 2 : ajouter des fonctions de communications unifiées additionnelles

Une fois l’application des communications unifiées déployée à l’échelle de l’entreprise, les étapes suivantes consistent à ajouter des fonctions ou à les consolider. D’ordinaire, les fonctions de conférence et de collaboration constituent le choix logique. Les utilisateurs obtiennent la possibilité de planifier des réunions ou d’animer des réunions ponctuelles, en invitant n’importe quel participant, de n’importe où. Encore là, les investissements existants en voix ou en vidéo ne sont pas compromis. Par ailleurs, les utilisateurs obtiennent d’autres avantages concrets outre la messagerie instantanée grâce à leurs propres ponts de conférence, le partage de bureau et la collaboration documentaire.

Phase 3 : déployer les communications unifiées sur plusieurs appareils

La mobilité est une évolution essentielle des communications unifiées véritables. Au cours de la phase 3, l’application de communications unifiées commune est déployée sur les appareils qu’utilisent les employés pour demeurer productifs, notamment les ordinateurs portatifs, les tablettes ou les téléphones intelligents. Maintenant, les communications unifiées s’étendent au-delà du bureau pour permettre aux utilisateurs de communiquer et de collaborer peu importe leur lieu de travail.

Phase 4 : activer la voix

Au cours de cette phase, le mode de communication voix des communications unifiées ne vise pas à remplacer une plateforme de transmission de la voix ou un système téléphonique (PBX) existant; il sert plutôt à activer de nouveaux sites. Bon nombre d’entreprises participent à des projets-pilotes pour inciter l’équipe de soutien et les intervenants à faire l’essai des fonctions de communications unifiées

et à en découvrir les avantages. Grâce aux leçons tirées du projet pilote, les équipes de TI peuvent modifier les règles et les calendriers de mise en œuvre. Cette phase a pour but de faire des communications unifiées une plateforme commune pour la plupart des modes de communications dans tous les nouveaux sites et, dans les sites existants, de les adopter pour la conférence, la messagerie instantanée et la présence.

Phase 5 : retirer les anciennes plateformes

En ce moment, la plateforme voix ou le système téléphonique (PBX) en place est vieillissant ou défaillant. Plutôt que de le remplacer par un nouvel équipement, les entreprises peuvent franchir la dernière étape et passer aux véritables communications unifiées en activant les fonctions voix pour entreprise. Une fois les fonctions voix des communications unifiées adoptées à l'échelle de l'organisation, les entreprises peuvent retirer en toute confiance les autres plateformes de transmission de la voix. Il est important de noter que la phase 5 ne se réalise pas du jour au lendemain. Il faut l'exécuter uniquement lorsqu'on a franchi avec succès les phases 1 à 4.

La réussite repose sur la patience et de bons conseils

Alors que l'urgence de passer aux communications unifiées est généralement déclenchée par un événement – messagerie vocale en fin de vie ou établissement d'un nouveau site – il faut du temps et de la patience pour bien mettre en œuvre les communications unifiées, assurer leur adoption et optimiser leurs avantages.

Habituellement, la plupart des entreprises ne sont pas structurées sur les plans comportemental, culturel ou technologique pour adopter la vision commune qu'exigent de véritables communications unifiées. Les organisations qui savent réfléchir sans se limiter à la technologie, ont une bonne capacité d'adaptation, sont agiles et travaillent en groupes cloisonnés sont plus susceptibles de réussir.

Les communications unifiées étant un investissement comme les autres – autant financier que culturel – il est essentiel de trouver un partenaire ayant maintes fois démontré sa capacité à les mettre en œuvre. Il ne s'agit pas ici d'une démarche fondée sur l'utilisation d'un produit. Les communications unifiées exigent beaucoup d'ouverture au changement et touchent votre vision, votre culture, les comportements de vos employés, l'évaluation de la valeur commerciale et la justification budgétaire. Sélectionnez un partenaire de confiance pour décortiquer les besoins de votre entreprise et vous guider progressivement vers de véritables communications unifiées.

Pour en savoir plus, visitez : telus.com/collaboration