



VERS UN PROFIL CLIENT UNIQUE

Livre blanc
Janvier 2007

Table des matières

Sommaire	i
Le profil client unique : définition	1
Inconvénients d'une connaissance fragmentaire du client	2
Du point de vue du client	2
Du point de vue de l'informatique	2
Du point de vue commercial	3
Avantages de l'intégration des données client	4
D'un point de vue stratégique	4
Du point de vue des secteurs d'activité	5
L'enjeu : décloisonner l'information	6
Limites des solutions d'intégration antérieures	6
Nouvelle approche : applications composites basées sur une architecture orientée services	7
La solution Sun : Sun Java™ Composite Application Platform Suite (Java CAPS)	9
Présentation	9
Grands avantages	9
Services	10
Exemples pratiques	11
Télécommunications	11
Santé	11
Administration	12
Résumé	13
À propos de Sun	13
Pour plus d'informations	13

Sommaire

Vous avez sûrement déjà reçu une offre d'achat d'un produit que vous aviez déjà. Sans doute vous a-t-on aussi déjà proposé une remise spéciale sur la mise à jour d'un produit que vous ne possédiez pas. Et ne vous est-il jamais arrivé de contacter un service d'assistance technique par téléphone, pour répondre inlassablement aux mêmes questions au fur et à mesure que votre appel était transmis d'intervenant en intervenant ?

Nous savons tous, d'expérience, à quel point il est fastidieux de traiter avec une entreprise qui n'intègre pas ses informations client. Pour le client, c'est surtout agaçant. Pour l'entreprise, en revanche, les conséquences de cette mauvaise intégration sont des plus graves : service client insatisfaisant, occasions manquées de ventes incitatives et de ventes croisées, campagnes marketing coûteuses et mal ciblées, dégradation de l'image et de la réputation de la société, voire perte de fidélité des clients.

Aujourd'hui, la mise en place d'un profil client unique devrait être une priorité pour les entreprises de tous les secteurs, que leur " client " soit un consommateur, un patient, un citoyen ou même une autre entreprise. Cependant, la complexité croissante des environnements informatiques actuels et la " distribution " grandissant au sein des organisations comme chez leurs clients engendrent une forte inertie.

Dans ce rapport, nous détaillons les conséquences qui résultent de la dispersion des informations client, puis les avantages que peut engendrer l'adoption d'un profil client unique. Nous présentons ensuite l'approche de Sun en matière de consolidation du profil client — l'utilisation d'applications composites basées sur une architecture orientée services —, démarche simple, qui échappe aux limites des stratégies antérieures. Enfin, nous proposons des exemples d'entreprises (dans divers secteurs) qui tirent déjà tous les avantages d'un profil client unique.

Chapitre 1

Le profil client unique : définition

Nombre d'entreprises se montrent très efficaces en matière de collecte de données client. Elles recueillent systématiquement des informations sur les acheteurs qui fréquentent leurs points de vente. Elles assurent un suivi de leurs habitudes et préférences d'achat. Elles les interrogent et enregistrent soigneusement leurs réponses. Elles gèrent des données issues de sources multiples : coordonnées et opinions des clients, résultats des campagnes de marketing direct, etc.

Trop souvent, toutefois, les entreprises omettent de *consolider* ou *d'intégrer* ces informations. Les données sont conservées sur une multitude de systèmes, ou "silos", géographiquement dispersés, gérés chacun par un service ou une branche d'activité différents. Elles ne sont jamais croisées, comparées, exploitées ni actualisées de façon cohérente.

Dans ces conditions, les entreprises ne se dotent pas — ou ne parviennent pas à se doter — d'un profil client unique.

“ Les données client des entreprises sont généralement dispersées parmi de nombreux systèmes. Elles sont fragmentées et incohérentes. En conséquence, les organisations peinent à appréhender la valeur économique des clients, leurs comportements probables, leurs besoins et les risques associés. Faute de profils client consolidés, elles ne parviennent pas à satisfaire et à fidéliser leur clientèle, ni à maîtriser les risques associés, et leurs ventes croisées sont inefficaces. Quelle que soit sa forme, un profil client unique est indispensable à la bonne gestion des relations client ”.

— *Rapport Gartner “ Creating the Single Customer View with Customer Data Integration ” (Créer un profil client unique grâce à l'intégration des données client), John Radcliffe, 2006*

Chapitre 2

Inconvénients d'une connaissance fragmentaire du client

Si les entreprises sont majoritairement conscientes que l'absence d'un profil client unique nuit à la satisfaction des clients comme à la rentabilité, peu cependant prennent la juste mesure des coûts, immédiatement chiffrables ou non, qu'entraîne une intégration insuffisante des données client.

Du point de vue du client

Le client ressent comme un manque d'intérêt le fait qu'une entreprise semble ne pas le connaître ou ait apparemment oublié les contacts passés. Dans ce cas, il tend donc à se montrer " infidèle " — avec de graves conséquences financières pour l'entreprise. Selon l'ouvrage de référence publié par Harvard Business School Press, " The Loyalty Effect " (L'Effet fidélité), gagner un nouveau client coûte cinq à dix fois plus cher que de conserver un client existant, alors qu'une hausse de 5 % de la fidélité des clients peut se traduire par une augmentation de 75 % de la rentabilité de l'entreprise. La perte d'un client fidèle a donc des répercussions considérables sur le chiffre d'affaires.

Autre point important, les mauvaises nouvelles se propagent vite sur Internet. Une expérience décevante ou un exemple d'insatisfaction d'un client régulier peuvent être transmis instantanément à plusieurs milliers d'autres clients ou prospects, avec des conséquences décuplées.

Du point de vue informatique

Signe d'inefficacité aussi bien en termes de planification qu'au sein de l'infrastructure informatique, l'absence d'un profil client unique entraîne infailliblement une perte d'argent. Les coûts d'acquisition, d'administration, de gestion et de maintenance des divers systèmes qui hébergent les informations client peuvent se révéler considérables. Si les données client, disséminées et mal intégrées, ne sont pas pleinement exploitées, la rentabilité de l'investissement dans l'infrastructure informatique est gravement compromise.

Du point de vue commercial

Outre la perte de fidélité des clients et les coûts excessifs qu'impose une infrastructure informatique inefficace, l'absence d'un profil client unique diminue la capacité de saisir les opportunités commerciales, à l'échelle de l'entreprise entière. Quelques exemples :

- **Occasions manquées de ventes incitatives et de ventes croisées.** À défaut d'informations complètes et actuelles sur les achats antérieurs des clients, aucune société ne peut anticiper efficacement leur demande à venir. Dans ce cas, les campagnes de publicité et de prospection par correspondance sont mal ciblées ; jugées inintéressantes par leurs destinataires, les offres et les publicités engendrent des pertes. Les ventes croisées ou incitatives sont insuffisantes et l'entreprise ne réalise pas la pleine valeur économique de chaque client. Au final, tant la satisfaction client que la fidélité à la marque en sont amoindries.

“ Tous les revendeurs rêvent de mener des campagnes marketing entièrement personnalisées suivant les habitudes d'achat de chaque client. Pour atteindre ce but, ils doivent se doter d'un profil client unique couvrant plusieurs circuits ”.

— *Dossier de Retail Week sur la technologie multi-circuits, mars 2006*

- **Mauvaise réputation du service client.** Sans vue globale des achats effectués par les clients et des relations antérieures avec ceux-ci, les employés du service client ne peuvent pas fournir d'assistance technique efficace, proposer de remises ou de promotions adaptées, ni assurer de manière satisfaisante leurs autres activités en contact avec les clients. L'image de qualité de service de l'entreprise s'en trouve ternie, situation d'autant plus grave qu'une mauvaise réputation est toujours rapidement acquise.
- **Faible productivité du personnel.** Les employés du service client éprouvent une frustration similaire à celle des clients, lorsqu'ils sont contraints de répéter leurs questions ou de faire patienter le client pendant qu'ils réunissent des informations éparpillées parmi plusieurs sources.

Chapitre 3

Avantages de l'intégration des données client

Autant la fragmentation des données client est néfaste, autant leur intégration est bénéfique. Non seulement elle élimine les problèmes associés au manque de profil client unique, mais encore elle ouvre de nouvelles voies vers l'acquisition d'avantages concurrentiels. En voici quelques exemples.

D'un point de vue stratégique

Fortes d'un profil client unique, les entreprises améliorent leur service aux clients, ainsi que la satisfaction et la fidélité de ces derniers, tout en optimisant leur infrastructure informatique en place. Elles jettent les bases d'un essor plus rapide et d'une rentabilité plus élevée à l'avenir.

Considérons, par exemple, l'extension de l'activité. Pour s'implanter efficacement sur divers sites ou dans plusieurs pays, une entreprise doit s'assurer que ses filiales satisferont les clients avec la même fiabilité que le siège. Une société qui met en place les systèmes et les technologies nécessaires à la création d'un profil client unique s'apprête à étendre son activité vers de nouveaux marchés, avec la certitude de gérer efficacement l'expérience client et d'assurer le suivi des préférences et des habitudes d'achat, aussi bien sur un plan individuel qu'à l'échelle d'une zone géographique ou culturelle.

Parce qu'un profil client unique facilite également la communication entre partenaires, il engendre des possibilités stratégiques : vente groupée au sein de l'écosystème partenaire, propositions personnalisées et offres groupées réunissant des produits de fournisseurs multiples, remises spéciales sur les produits des partenaires privilégiés, etc.

De plus, un profil client unique simplifie considérablement la conformité à la législation et le respect des exigences de confidentialité. Une entreprise capable de retracer et de justifier l'intégralité de ses interactions avec les clients n'aura aucune peine à se mettre en conformité avec des normes juridiques telles que les lois Sarbanes-Oxley et Gramm-Leach-Bliley, la directive de l'Union européenne sur la protection des données ou le Health Insurance Portability and Accountability Act (HIPAA).

Du point de vue des secteurs d'activité

Si la définition d'un " client " varie d'un secteur à l'autre, **tous** les services aux clients peuvent bénéficier de l'adoption d'un profil client unique. Quelques exemples :

- **Santé** : pour traiter un patient de manière sûre et efficace, il est essentiel de fournir toutes les informations utiles à l'intervenant concerné, en temps opportun. En outre, les hôpitaux et les cliniques subissent des restrictions budgétaires. L'adoption d'un " profil de patient unique " leur permet de faire d'une pierre deux coups.
- **Administrations** : pour les administrations nationales comme locales, l'adoption d'un " profil de citoyen unique " est de nature à améliorer fortement le service aux administrés. Elle permet en effet de créer des portails en libre-service sur lesquels les usagers obtiennent toute l'assistance voulue, quelle que soit leur question : renouvellement de permis de conduire, fonctions de juré, inscription sur les listes électorales, pénalités de retard de la bibliothèque municipale...
- **Télécommunications** : exposés à d'intenses pressions financières et concurrentielles, les opérateurs de télécommunications doivent se distinguer par leur service client. Les produits et les services offerts, les partenariats et les canaux intermédiaires sont innombrables. Dans ce cadre, l'adoption d'un profil client unique est complexe, mais cruciale : bien plus qu'une possibilité, elle constitue un impératif stratégique sur ce marché.
- **Commerce de détail** : à une heure où les magasins, les centres d'appels, les campagnes et les réseaux de distribution à coordonner se multiplient, un profil client unique offre d'immenses avantages aux commerces de détail. Connaissant mieux les habitudes d'achat de chaque client, ils cibleront plus exactement leurs campagnes marketing ; leur service client sera plus efficace et mieux personnalisé ; ils réaliseront la pleine valeur économique de chaque client.
- **Services financiers** : de nos jours, les banques d'affaires, les banques grand public, les compagnies d'assurances et les sociétés de courtage n'hésitent plus à sortir de leur domaine principal. Pour assurer un service efficace, il leur faut intégrer l'ensemble de leurs informations client, tous portefeuilles et services financiers confondus. Avec un profil client unique, elles assurent un flux de transactions interorganisation transparent, en temps réel. Ainsi, elles peuvent aussi bien développer des palettes de services personnalisés pour leurs meilleurs clients qu'unifier les politiques et autorisations qui déterminent les services auxquels a droit un client donné.

Chapitre 4

L'enjeu : décloisonner l'information

Si beaucoup d'entreprises comprennent les avantages qu'offre la mise en place d'un profil client unique, toutes ne mesurent pas la complexité technologique associée. Cette section s'intéresse aux problèmes qui compliquent l'intégration des données client. La suivante décrit une approche inédite dont beaucoup de clients de Sun Microsystems ont tiré d'excellents résultats.

Limites des solutions d'intégration antérieures

Depuis des années, les entreprises s'efforcent de mieux intégrer leurs données client. Les premières difficultés apparaissent avec l'installation du deuxième système. Or, nombre de sociétés répartissent aujourd'hui leurs données sur des centaines de machines, avec les systèmes d'exploitation, technologies de base de données, sous-systèmes de stockage et formats de fichiers les plus divers.

Stratégies d'administration informatique strictes, synchronisation manuelle par les employés, création de solution d'intégration directe, etc. : pour harmoniser et synchroniser leurs données entre les plates-formes, les organisations ont essayé un grand nombre de méthodes. Toutes ces approches ont malheureusement atteint leurs limites avec la fragmentation grandissante des informations, l'inadéquation des infrastructures de middleware, la croissance exponentielle des coûts d'exploitation et le durcissement des exigences client.

Aujourd'hui, de nombreuses entreprises rencontrent un " problème de silo " : pour répondre aux besoins de chaque branche d'activité et de chaque division, elles ont multiplié les systèmes et les réseaux, employant chaque fois des technologies et des plates-formes différentes. Cette prolifération des systèmes et des réseaux a engendré autant de " silos " mal intégrés, limitant les échanges d'informations possibles. De plus, certains de ces silos ont fusionné, formant des " silos de silos ", par suite des fusions et des acquisitions d'entreprises.

Pour résoudre ces problèmes, les organisations ont essayé diverses solutions, dont les entrepôts de données, les portails et les échanges interentreprises (B2B) ; or, toutes les options envisagées ont révélé leurs propres limites et conflits. Beaucoup d'entreprises ont récemment adopté une stratégie d'exploitation indépendante des silos basée sur le Web. Si elles ont atteint leur objectif à court terme, à savoir rendre leurs systèmes accessibles en ligne, les outils Web proposés sont souvent fragmentaires et incommodes pour les clients. Plus ennuyeux, cette approche complique gravement la combinaison des fonctionnalités entre les silos et la création de nouveaux services à valeur ajoutée.

Dans les dernières années, sont apparues des solutions d'intégration des applications d'entreprise (*enterprise application integration*, EAI) qui autorisent l'interopération de plusieurs programmes exécutés sur des systèmes de fournisseurs divers. Grâce aux solutions d'EAI, les entreprises sont désormais en mesure d'intégrer différents systèmes d'information au sein de nouvelles applications, de créer de nouveaux services à valeur ajoutée et de s'adapter de façon dynamique aux changements. Par exemple, un employé de banque peut inviter un client à procéder à un refinancement, lui conseiller un prêt et lancer la transaction correspondante : ainsi, il développe à la fois son volume d'affaires et la satisfaction du client. Cependant, même les solutions d'EAI ne permettent pas une intégration totale des données client, puisqu'elles ne contrôlent pas directement les processus de gestion.

Nouvelle approche : applications composites basées sur une architecture orientée services

En matière d'adoption d'un profil client unique, une nouvelle approche a récemment fait son apparition : le développement " d'applications composites " (applications créées en combinant plusieurs services) reposant sur une architecture orientée services (*service-oriented architecture*, SOA) standard. Cette approche, décrite en détail dans cette section, s'affranchit des limites inhérentes aux stratégies précédentes, car elle répond aussi bien aux exigences technologiques d'intégration des données qu'à l'impératif commercial de fournir les données appropriées à la bonne personne, en temps opportun.

L'architecture orientée services : présentation

L'approche SOA est une démarche d'architecture innovante, qui permet aux informaticiens d'intégrer et de gérer les données de toutes leurs applications existantes, nouvelles et préconfigurées. Premier pas vers l'adoption d'un profil client unique, la mise en place d'une architecture SOA facilite également la conservation et la réutilisation des ressources informatiques en place, aussi bien que le développement rapide de nouvelles fonctionnalités dans les applications composites. Les silos étant décloisonnés, les processus métier, rationalisés et l'informatique, mise en phase avec les besoins commerciaux, les organisations bénéficient d'une parfaite visibilité de toutes leurs informations client.

Applications composites reposant sur une architecture orientée services

Une architecture SOA associée à des applications composites valorise et réutilise les ressources existantes pour accélérer le développement de solutions nouvelles. À la différence des techniques de développement antérieures, étroitement liées au matériel sur lequel elles étaient appliquées, elle impose le respect des standards du secteur. Les applications créées sont donc plus indépendantes du système, plus souples, plus maniables et plus facilement réutilisables que leurs devancières.

Le développement d'applications composites est centré sur les processus et s'appuie sur les principes de la SOA. Exploitant applications existantes et fragments de processus applicatifs en silo, il associe les avantages du développement personnalisé à ceux des applications préconfigurées aux fonctionnalités prédéfinies. Cette approche place les processus métier dans une couche propre : ainsi, il est possible de modifier indépendamment soit le processus métier, soit l'un de ses systèmes sous-jacents, avec des effets en chaîne prévisibles.

Grâce à cette création d'applications composites, centrées sur les processus, les entreprises consolident des données client issues de sources diverses en un profil client unique. De plus, les compétences informatiques entrant en cohérence avec les objectifs métier à l'échelle de l'entreprise, la souplesse commerciale s'accroît.

Chapitre 5

La solution Sun : Sun Java™ Composite Application Platform Suite

Pour aider les entreprises à mettre en œuvre un profil client unique en déployant une plate-forme SOA et en développant des applications composites, Sun propose tout un ensemble de produits et de services. Cette offre s'articule autour de la suite Sun Java™ Composite Application Platform Suite (Java CAPS).

Présentation

La suite Java CAPS procure une plate-forme d'intégration complète pour le développement et la gestion d'applications composites basées sur une SOA et elles-mêmes destinées à consolider et à exploiter leurs données en vue de la création d'un profil client unique.

Grâce à l'intégration de processus orientée services, une application composite de création de profils uniques accède aux données client qu'hébergent divers outils métier ou financiers, ainsi que des solutions de gestion de la relation client et des progiciels de gestion intégrée. Elle emploie des algorithmes intelligents de comparaison et de standardisation des données pour identifier les informations client similaires réparties dans les différents programmes, puis fusionner les identités client stockées dans les silos en un identifiant client universel ; ces identifiants acquis, elle génère un index de clients principal.

À mesure qu'elle recueille les données client, elle les " nettoie " et les regroupe dans un enregistrement de profil unique. Celui-ci permettra d'améliorer la qualité des données du système source, d'identifier les clients les plus importants, de définir des programmes appropriés et, en fin de compte, d'élaborer une nouvelle génération de services centrés sur les clients.

Sûre, cette approche de l'intégration des données client peut être mise en œuvre de manière progressive, au rythme de chacun.

Grands avantages

La suite Java CAPS jette les bases de plusieurs actions d'intérêt pour les entreprises :

- Combiner divers services d'arrière-plan existants, dont la facturation, en une expérience client unique
- Intégrer les applications en place pour faciliter les échanges de données entre ces programmes
- Procurer un point d'entrée unique aux clients qui recherchent des prestations en libre-service en ligne
- Réduire les coûts d'exploitation en satisfaisant les besoins une fois pour toutes, dans toutes les branches d'activité
- Identifier les clients à forte valeur économique et adapter les systèmes opérationnels en conséquence

Chapitre 6

Services

À toutes les étapes du développement, du déploiement et de la gestion des solutions d'intégration d'entreprise et des applications composites au sein d'une SOA, le client peut obtenir l'aide de consultants de Sun et de ses partenaires.

En matière d'architectures SOA, la démarche de Sun s'appuie sur plusieurs ressources :

- Des techniciens et des architectes chevronnés, capables de vous aider à appliquer les principes SOA à votre environnement
- La priorité donnée à l'alignement de la technologie sur les objectifs métier par le biais d'une approche de " SOA pragmatique " née de bonnes pratiques et d'une longue expérience du terrain
- Une connaissance approfondie du secteur industriel ainsi que des moyens à adopter pour raccourcir les délais, maîtriser les risques associés aux projets et proposer des solutions adaptées aux problèmes soulevés
- Des outils de transmission des connaissances pratiques et d'identification des facteurs clés qui conditionnent la réussite d'un projet d'implémentation et de gestion à long terme
- Une méthodologie qualité reproductible, la méthode " Sun SOA Repeatable Quality ", qui permet de découvrir, de concevoir et de mettre en œuvre une architecture SOA de manière progressive, par itérations.

Chapitre 7

Exemples pratiques

Tirés d'expériences réelles (tous secteurs confondus), ces scénarios illustrent les avantages induits par Java CAPS dans le cadre de projets d'adoption d'un profil client unique.

Télécommunications

Situation

À cause de données incohérentes et souvent erronées, un grand opérateur de télécommunications international s'efforçait en vain de satisfaire ses clients. Il devait unifier son profil client pour améliorer le service aux usagers et fidéliser ces derniers. Parallèlement, il cherchait à optimiser sa méthode de développement d'applications afin de réduire les délais de commercialisation des nouveaux services, tout en optimisant la souplesse et la capacité d'adaptation de ses systèmes de service client.

Solution

L'entreprise utilise désormais Java CAPS pour intégrer et contrôler ses processus métier, tous systèmes confondus : assistance clientèle, gestion des commandes, gestion financière et administration de réseau. Sa mise en œuvre de Java CAPS couvre ses systèmes nationaux et l'ensemble de son réseau paneuropéen.

Avantages

Grâce à Java CAPS, cet opérateur accède maintenant en temps réel à des informations client intégrées dans l'optique d'un profil client unique. Les données erronées ont été corrigées et les coûts informatiques ont baissé. Enfin, l'entreprise a étendu ses partenariats, au bénéfice de sa rentabilité et de ses recettes.

Santé

Situation

Un grand prestataire de services de santé, désireux de fournir des informations patients plus fiables et plus cohérentes au personnel soignant, cherchait à créer un profil client unique. Cet organisme, qui gère des services de soins aux patients ambulatoires et hospitalisés, des cliniques rurales, un centre de recherche et une caisse d'assurance maladie regroupant 65 000 membres et 5 000 praticiens, devait fusionner des données issues de systèmes hétérogènes et fournir un accès sécurisé aux informations tout en préservant la confidentialité de ces dernières.

Solution

Pour intégrer ses systèmes existants, cet organisme a choisi Java CAPS. Ainsi, il utilise désormais des outils Web pour mettre les informations à la disposition des fournisseurs avec plus de rapidité et d'économie. Le passage au nouveau système s'est effectué de manière graduelle, sans refonte de l'infrastructure sous-jacente ni remplacement de systèmes existants.

Avantages

Avec Java CAPS et les outils de développement Sun, cet organisme de santé a réuni les informations de ses systèmes disparates pour les fusionner à l'échelle de l'entreprise et proposer un profil de patient accessible à tous. Munis de ces informations, les praticiens prennent des décisions plus avisées : la qualité des soins est donc améliorée. En outre, la solution Java CAPS a permis de réduire les coûts de maintenance et de support, tout en préservant les investissements dans les systèmes existants.

Administration

Situation

Le service des eaux et de l'énergie d'une grande métropole américaine cherchait à fusionner ses systèmes de contact client afin de bénéficier d'une vision consolidée de tous les comptes enfant d'une même société parent et de retracer l'historique des comptes individuels (la mise en correspondance des filiales et des sociétés mères n'était pas automatisée). En l'absence de données complètes pour chaque compte, un seul appel ne permettait pas de résoudre tous les problèmes d'un client. Le service concerné souhaitait également mettre en libre service l'inscription des clients à ses divers programmes. Enfin, il voulait proposer des remises et des incitations à l'économie à ses 3,8 millions d'usagers.

Solution

Cet organisme a adopté Java CAPS comme plate-forme d'intégration principale pour relier ses divers systèmes et applications. Il est ainsi parvenu à se doter d'un profil client unique et à harmoniser les données concernant tous ses clients, tant simples citoyens qu'organisations.

Avantages

Ce service traite désormais plus de 150 000 dossiers par jour. Il met en œuvre une logique de processus métier pour distinguer les dossiers actifs des dossiers inactifs, les dossiers commerciaux des dossiers résidentiels et les nouveaux dossiers des mises à jour. Avec une parfaite visibilité des comptes client, ainsi que de la correspondance entre comptes de services entrants et comptes parents, les transactions erronées ont disparu et la qualité des prestations offertes aux clients s'est fortement améliorée. Le service est aussi en mesure de proposer à ses administrés des incitations à réaliser des économies.

Chapitre 8

Résumé

Adopter un profil client unique n'est plus un luxe ou une " utopie " pour les entreprises. C'est aujourd'hui un besoin urgent. Les organisations, tous types, tailles et secteurs confondus, ont maintenant pris conscience du coût faramineux qu'engendre une mauvaise intégration des données client, ainsi que des innombrables avantages qu'apporte un profil client unique.

En développant des applications composites reposant sur une architecture SOA standard, une société peut à la fois mettre en place un profil client unique et garantir la souplesse et l'évolutivité de ses solutions. Sun peut faciliter le passage à cette nouvelle approche grâce à sa suite Java CAPS, plate-forme d'intégration complète qui permet la connectivité en temps réel des applications, la synchronisation des données et l'exploitation d'applications composites centrées sur les processus. Avec Java CAPS, les organisations intègrent de bout en bout les données client de toutes leurs solutions, anciennes comme nouvelles — démarche qui aboutit, au final, à une plus grande satisfaction et à une meilleure fidélisation des clients.

À propos de Sun

Avec une vision unique, " The Network is the Computer™ " (le réseau est l'ordinateur), Sun propose des technologies leader fondées sur une conception holistique du système (ordinateurs, logiciels, stockage et services). Fruits d'une longue expérience du partage, de l'innovation et de la fondation de communautés, les solutions Sun sont synonymes d'opportunités, aussi bien sociales qu'économiques, dans le monde entier.

Pour plus d'informations

Pour savoir comment adopter un profil client unique à l'aide des produits, services et technologies Sun, consultez le site sun.com/singlecustomerview. Pour en savoir plus sur Java CAPS, visitez le site sun.com/software/javaenterprisesystem/javacaps.

