

Les sept étapes d'une stratégie de transformation numérique réussie

La transformation numérique est un voyage

Les investissements dans les initiatives de transformation numérique ont explosé depuis le début de la pandémie de COVID-19. Les entreprises se sont tournées vers des modèles commerciaux entièrement nouveaux dans une optique de flexibilité, d'efficacité et de contrôle des coûts. Des services essentiels de toutes sortes deviennent numériques, avec l'expérience d'achat en ligne, l'apprentissage à distance, la télémédecine et l'optimisation automatisée de la chaîne logistique. Si 2020 n'a été facile pour aucune entreprise, celles qui réussissent ont adopté un état d'esprit axé sur les services numériques.

Les services sont essentiels pour que les entreprises offrent les expériences attendues par leurs parties prenantes et leurs utilisateurs finaux. Un service numérique est une fonction ou une capacité en ligne qui répond au besoin d'un client, d'un partenaire numérique, d'un citoyen ou d'un consommateur interne.

Comment les entreprises performantes transforment-elles leurs services ? La transformation numérique est un voyage qui nécessite un changement culturel, technologique et opérationnel, afin de mettre l'expérience de l'utilisateur final au premier plan. En migrant les applications vers une infrastructure cloud et en fournissant des services sous forme numérique, les entreprises disposent d'une plus grande liberté pour s'adapter aux besoins des clients et de leurs activités. Mais par où commencer ? Quelles sont les étapes essentielles pour commencer ce voyage ? Il y a sept étapes à prendre en compte lors de la transformation de vos services numériques.

1. Comprenez la stratégie de cloud de votre entreprise.

Identifiez les services essentiels en cours de migration vers le cloud. En comprenant la stratégie de cloud de l'entreprise et les initiatives de numérisation des services, votre équipe peut identifier les parties prenantes et les fonctions de l'entreprise prêtes à mettre en œuvre une approche de la gestion des services moderne et centrée sur le client.

2. Identifiez les services qui ont la plus grande valeur stratégique pour l'entreprise.

Analysez les principaux incidents que rencontrent les clients pour trouver des indices sur les points faibles potentiels et les services affectés.

Y a-t-il des services que la direction de l'entreprise suit de façon constante ? Identifiez les parties prenantes essentielles dans les opérations, le développement, la sécurité et les fonctions commerciales qui sont responsables en cas d'interruptions de service et d'incidents de service de niveau P1.

Identifiez ensuite les membres de la direction qui sont à l'origine d'initiatives de stratégie de transformation et les raisons qui motivent ce changement. De nouvelles pressions sur le marché, la réduction des coûts et l'atténuation des risques sont de puissants moteurs commerciaux de la transformation. Du point de vue technique, la modernisation de l'infrastructure existante, ou de nouvelles demandes en expertise technique et en main-d'œuvre, peuvent motiver ces initiatives.

3. Identifiez les KPI d'une couche de votre entreprise.

Une fois que vous avez identifié les services les plus importants pour l'entreprise, établissez des KPI pour mesurer la réussite et suivre l'avancement des objectifs. Commencez par les objectifs prioritaires pour votre équipe. Les équipes des opérations IT peuvent commencer à superviser les KPI d'un certain type d'infrastructure (par exemple, les performances des bases de données). Les équipes de prestation de services et d'assurance peuvent commencer par superviser les tendances et les volumes d'activité de l'entreprise.

4. Établissez des KPI commerciaux communs à plusieurs équipes.

Ensuite, collaborez avec les parties prenantes des services des différents départements pour déterminer les objectifs qui peuvent être partagés entre les équipes. Ces objectifs communs doivent s'aligner sur ceux de l'entreprise, comme les revenus générés ou la satisfaction des clients. Aujourd'hui plus que jamais, les équipes techniques sont incitées à aligner leurs initiatives sur les objectifs de l'entreprise. Les directeurs informatiques et les équipes IT doivent démontrer la valeur métier de l'IT. Les équipes de développement sont de plus en plus responsables de la protection des performances de l'entreprise, car davantage d'applications sont nécessaires pour générer des revenus.

Réunissez les parties prenantes métier et techniques pour définir d'abord les KPI partagés, puis rassemblez les métriques appropriées pour prendre en charge ces KPI dans les différents départements. Vous devriez avoir déjà établi les KPI de votre équipe à l'étape 3.

5. Capturez l'architecture métier et les KPI sur un service.

À l'aide des informations recueillies auprès des parties prenantes à l'étape précédente, documentez les KPI commerciaux et techniques liés à un seul service. Capturez l'ensemble de l'architecture des services métier et associez ses composants aux métriques métier et techniques connexes (autrement dit, le workflow métier de bout en bout et l'infrastructure prise en charge).

Enfin, créez des tableaux de bord offrant une visualisation des KPI métier et techniques pour permettre l'analyse des causes profondes d'une dégradation de service. Allez plus loin que les modèles de rapport de base pour inclure des définitions de KPI et faire correspondre les métriques technologiques aux KPI qu'elles soutiennent. Créez un dépôt de données unifié à partir de différents systèmes pour collecter des métriques et les mettre à disposition de plusieurs utilisateurs.

6. Établissez des informations prédictives pour un service.

Une fois que vous pouvez visualiser et superviser un service de bout en bout, l'étape suivante consiste à configurer et à entraîner des algorithmes pour générer des données prédictives pour un service. Commencez par mettre différents algorithmes avancés à l'essai sur un service. N'implémentez pas d'alerte ou de réponse tant que l'algorithme n'a pas été validé. Ensuite, entraînez les algorithmes de machine learning sur l'état de santé des KPI. Ceux-ci varient selon le secteur, mais on peut citer comme exemples les performances des paiements mobiles, les services aux citoyens et le traitement des sinistres.

7. Créez un centre d'excellence pour les données.

Élargissez la stratégie de supervision et le cadre holistique à davantage d'équipes, et faites connaître les avantages de la mise en corrélation de multiples données en un même endroit. À mesure que davantage d'équipes adopteront cette stratégie de supervision holistique, l'adhésion sera plus facile à obtenir. Une manière de faire connaître cette valeur consiste à montrer à une équipe ses données dans la nouvelle approche proposée. Proposez de lui créer un tableau de bord à l'aide de votre framework et de votre plateforme. Si un problème survient, vous pourrez utiliser vos informations pour expliquer ce qui s'est mal passé dans ses systèmes.

Enfin, implémentez l'automatisation et l'orchestration dans les processus pour prévoir davantage d'interruptions de service et réduire les temps de correction. Incluez des mécanismes de responsabilisation qui utilisent les données et les analyses pour encourager des workflows efficaces et des processus plus automatisés.

La transformation numérique est un voyage qui ne se fait pas du jour au lendemain. En alignant les services numériques, les équipes qui les gèrent et la technologie sur les objectifs de l'entreprise, vous avez l'assurance de donner la priorité à l'expérience de l'utilisateur final.

Pour en savoir plus sur les services digitaux et la transformation numérique, rendez-vous sur splunk.com/it-operations.