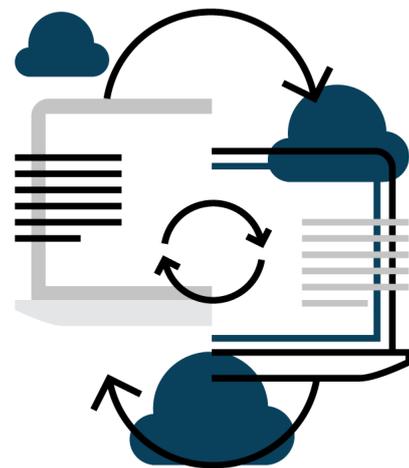


LANCER VOTRE OFFRE CLOUD : LES QUESTIONS À SE POSER



QUELQUES CHIFFRES

SELON DES ETUDES DU GARTNER



383
MILLIARDS
DE \$

LE MARCHE DU CLOUD
PUBLIC EN 2022

95%

DES ENTREPRISES ONT
DEJÀ MIGRE CERTAINES
DE LEURS APPLICATIONS
DANS LE CLOUD

73%

DES ENTREPRISES
REPOSERONT PRESQUE
ENTIÈREMENT SUR DES
SOLUTIONS SAAS D'ICI 2020

LE CLOUD BOUSCULE LE CHANNEL



2020 : l'année du Cloud

Le Cloud arrive enfin à maturité et représente une formidable opportunité de croissance pour les acteurs du Channel.

L'année 2020 verra l'avènement du multi-Cloud c'est-à-dire la répartition des données, des applicatifs et des fonctionnalités as a Service sur du Cloud public, privé et on-premise. Les études prévoient que cette approche deviendra la norme pour 70% des entreprises d'ici fin 2019 contre à peine 10% à l'heure actuelle.

Les dirigeants informatiques qui recherchent le moyen d'accélérer l'innovation tout en optimisant les coûts, ont trouvé une réponse avec le Cloud hybride. En effet cela leur permet de protéger, étendre ou consolider leurs investissements liés aux datacenters on-premise en toute simplicité mais aussi d'augmenter ou réduire la capacité sans modification, ni complication quelque soit la charge de travail.

La migration vers le Cloud représente la meilleure réponse au paradigme "faire plus, plus vite, avec moins". Cependant, confrontés à des défis complexes en matière de sécurité, de conformité, de gouvernance, les directions informatiques doivent encadrer ce type de projet avec attention. Beaucoup ne possèdent pas d'expertise dédiée et s'en remettent à leur revendeur pour concrétiser les projets. Une aubaine pour les acteurs du Channel !

L'essor du Cloud modifie les comportements d'achat des entreprises autant que les canaux de vente, changeant directement les modèles économiques et les modes de rémunération du Channel. La croissance des ventes des géants du Cloud public que sont AWS, Microsoft et Google a tout de même un impact positif sur les activités des revendeurs : les ventes, les bénéfices, le recrutement de nouveaux clients, les services professionnels et la différenciation sur le marché bénéficiant de l'engouement autour du Cloud public.

Cependant, la majorité des acteurs n'a pas encore franchi le cap de la commercialisation d'offres Cloud. Les enjeux n'ont pourtant jamais été aussi élevés, le Cloud public offre un large éventail d'opportunités de chiffre d'affaires allant de la recommandation / référencement aux services managés, en passant par la mise en œuvre/intégration et le développement d'applications.

La souplesse technique et commerciale apportée par le Cloud entraîne l'uberisation de l'économie numérique, aujourd'hui plus que jamais il est primordial pour les acteurs du Channel de se différencier en proposant des offres Cloud à valeur ajoutée.

LANCEZ VOTRE OFFRE CLOUD : LES QUESTIONS À SE POSER

Giorgio Vitalone, Cloud Architecte chez Crayon, vous éclaire sur les opportunités qui vous sont offertes par le Cloud.

Les entreprises sont-elles vraiment prêtes à migrer vers le Cloud ?

Aujourd'hui plus que jamais, le sujet de la transition vers des technologies Cloud est d'actualité au sein des entreprises. On constate que les besoins sont souvent présents et exprimés par les directions métiers ou le département IT lui-même. Ces besoins doivent être mis en relation avec les opportunités offertes par le Cloud et se positionner sur une valeur ajoutée qui constituera l'offre de services. Pour cette raison, il faut envisager la transition vers le Cloud comme une évolution naturelle au service de besoins concrets, et non un choix imposé par une mode généralisée.

Faut-il donc emmener les entreprises vers un modèle 100% Cloud ?

Pour bâtir une offre qui corresponde aux besoins des clients, il est important d'envisager le Cloud comme un outil au service des équipes.

Sur le plan financier, comme sur le plan technique, le modèle 100% Cloud ne fait pas toujours sens. En effet, certaines charges de travail n'ont pas pour vocation d'être externalisées, que ce soit pour des raisons de gouvernance, de criticité, de bande passante disponible ou tout simplement de coût. En effet, le Cloud rend une organisation plus agile et performante mais ce projet n'a de sens que s'il apporte des avantages tangibles.

Dans ce cas, comment mettre le pied dans le Cloud ?

Dans une grande majorité des cas concrets rencontrés, le premier pas vers le Cloud s'effectue par le Cloud Hybride.

L'extension d'un datacenter sur le Cloud, avec une unification des réseaux via VPN, permet à une entreprise de mettre un pied dans le Cloud et de profiter de l'incroyable flexibilité qui lui est offerte, le tout en négligeant certains risques potentiels. De ce fait, les équipes pourront utiliser le Cloud pour de nouveaux usages et, au fur et à mesure, migrer les charges de travail qui arrivent en fin de vie.

Ce qui est crucial lors de cette étape, c'est d'établir un bilan régulier de l'utilisation de la partie Cloud, permettant ainsi de découvrir de nouvelles opportunités.



LANCEZ VOTRE OFFRE CLOUD : LES QUESTIONS À SE POSER

Comment chiffrer la consommation Cloud ?

Le modèle de consommation Cloud dévie significativement de l'ancien modèle de licensing (on-premise). Mise à part la transition d'un modèle de dépenses en capital (CAPEX) vers un modèle de dépenses d'exploitation (OPEX), il faut également observer le changement effectué dans la prédictibilité de ces dépenses.

Bien que les tarifications soient définies et disponibles publiquement, il est nécessaire d'avoir un niveau de compréhension de chaque service afin de pouvoir construire une estimation réaliste.

Ce niveau d'expertise peut décourager certaines entreprises mais les outils et conseils de Crayon sont justement là pour aider les entreprises dans l'optimisation de leurs coûts, dans la durée.

Comment construire une offre pertinente ?

Si nous reprenons les points précédents, la première étape est de définir les besoins existants. Ils peuvent résulter des demandes reçues ou des tendances observées au sein des équipes. La clé est donc d'écouter et d'échanger avec les différents acteurs pour comprendre au mieux leurs besoins.

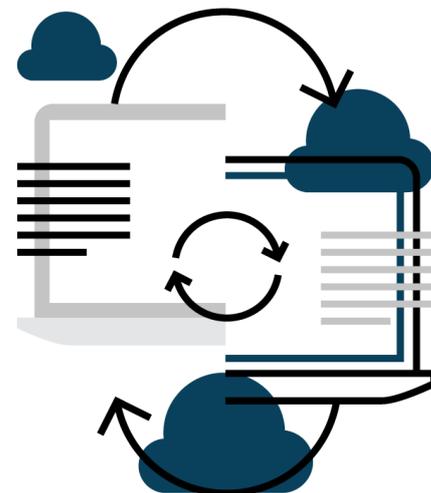
Une fois les besoins établis, une offre de services pertinente doit s'efforcer d'y répondre au mieux, tout en apportant une certaine valeur ajoutée. Cette étape est parfois la plus complexe car elle demande une connaissance technique des solutions mais aussi une connaissance de la réalité business des entreprises.

Enfin, il est important d'établir un package financier attractif, prenant en compte les coûts réels de la plateforme ainsi que la valeur générée par la prestation.

Crayon travaille étroitement avec son réseau de partenaires afin de les aider définir les besoins clients, construire les offres adaptées et estimer les coûts. Crayon s'atèle aussi à donner de la visibilité aux offres partenaires, auprès des grands acteurs du marché.



LANCEZ VOTRE OFFRE CLOUD : LES QUESTIONS À SE POSER



Mais concrètement, quel type d'offre est-il possible de créer ?

Prenons l'exemple d'un éditeur de logiciels qui héberge son infrastructure en partie en local et en partie chez un hébergeur tiers. La croissance de son activité l'oblige à reconsidérer régulièrement son infrastructure, il se voit souvent forcé de surdimensionner ses servers pour assurer la charge.

Grâce au Cloud public il est possible, sans compromettre l'infrastructure actuelle, d'interconnecter les différents environnements avec le Cloud.

Concrètement, l'éditeur de logiciels en question va donc pouvoir avoir accès à une infrastructure qui peut se mettre à l'échelle pour suivre ses besoins tout en évitant le surdimensionnement.

En utilisant les avantages du Cloud Public Hybride il peut donc fournir un meilleur service à ses clients existants et futurs, tout en conservant son infrastructure existante.

Comment être sûr de la rentabilité d'une offre Cloud ?

Se lancer sur le Cloud peut faire peur. La différence de prédictibilité des coûts, le catalogue de services comportant un nombre incalculable d'options différentes, tels peuvent être les freins à l'adoption d'une stratégie Cloud.

Toutes les offres ne seront pas pertinentes et le Cloud peut, dans certaines circonstances, se révéler être nettement plus cher qu'un investissement en capital. L'essentiel lorsque l'on conçoit une offre Cloud est de bien comprendre le besoin auquel on veut répondre et de savoir évaluer la valeur apportée au client final.

Le Cloud permet aujourd'hui de répondre à des besoins qui jusqu'à présent étaient des sources de frustrations permanentes au sein des entreprises. Une offre bien construite assurera une rentabilité certaine et augmentera la compétitivité de l'entreprise pour les années à venir.

Il est aujourd'hui possible, grâce au modèle CSP de Microsoft, de mettre un pied dans le Cloud, sans aucun engagement, tout en bénéficiant de la flexibilité d'une facturation mensuelle à la consommation. Il est donc plus facile que jamais de se lancer et évaluer la faisabilité d'une offre Cloud, tout en se faisant conseiller par des experts.

LANCEZ-VOUS DANS LE CLOUD ...

... AVEC CRAYON !

La force d'un groupe mondial, des outils pour simplifier vos process et vous donner plus de visibilité, des conseils d'experts certifiés, des formations et un accompagnement personnalisé de la part de consultants experts, des programmes de fidélité attractifs, un support marketing, et bien d'autres actions pour vous garantir un accompagnement performant vous permettant d'atteindre vos objectifs de croissance !

Crayon apporte une réponse globale aux enjeux de développement de ses clients et partenaires en optimisant leur retour sur investissement et tout en facilitant leur transition numérique.

Experts Licensing et Cloud, Crayon propose l'un des portefeuilles d'offres les plus complets du marché en terme de Software Asset Management, de services Cloud, d'accompagnement GDPR et de licensing multi-éditeurs.

