



Sécurité des dispositifs ▼

✓ Authentification

✓ Accréditation

✓ Privilège

Livre blanc

Sécurité Zéro Trust

# Le Zéro Trust pour les MSP

La feuille de route Zero Trust que les MSP devraient suivre



## Introduction

En tant que fournisseur de services gérés (MSP), vous êtes l'interlocuteur privilégié de vos clients pour tout ce qui touche à l'informatique. Qu'il s'agisse de petites, moyennes ou grandes entreprises, elles comptent sur vous pour leur fournir les ressources et la sécurité nécessaires que requière leur activité. La notion de Zéro Trust est un concept de sécurité qui vous permet d'offrir à vos clients le summum de la sécurité et de la sûreté, tout en augmentant votre part de marché et votre valeur perçue. Dans ce livre blanc, vous en apprendrez plus sur ce concept, nous mettons à votre disposition une feuille de route pour échanger, vendre et mettre en place le Zéro Trust chez vos clients.

# Cours accéléré : Qu'est-ce que le Zéro Trust?

Vous avez probablement entendu parler du terme "Zéro Trust " ces derniers temps. C'est un terme en vogue ; mais sa signification est souvent mal comprise.

Il faut bien comprendre que le Zéro Trust n'est pas un produit, mais une méthode d'approche de la sécurité, une norme. Ce concept part du principe que les employés doivent seulement avoir le niveau d'identification nécessaire à l'exercice de leur fonction, mais pas plus.

Dans ce chapitre, nous allons explorer en détails le modèle Zéro Trust, et expliquer en quoi il est bénéfique mais également indispensable pour vos clients et vous-même.

## Qu'est-ce que le Zéro Trust?

Le terme Zero Trust est à la mode mais il n'est pas toujours utilisé à bon escient. Voici quelques grands principes de ce concept, basés sur la publication de l'architecture Zéro Trust de l'Institut national des normes et de la technologie (NIST).

### LE ZÉRO TRUST EST

- ✓ Parfois également appelé architecture Zéro Trust, ZT ou ZTA.
- ✓ Basée sur le principe de « ne jamais faire confiance, toujours vérifier ». Aucun dispositif n'est fiable avant d'avoir satisfait toutes les exigences en matière d'accréditation et de sécurité. Rien n'est fiable par défaut, et tous les utilisateurs doivent être régulièrement authentifiés et validés.
- ✓ Une norme composée de trois grands principes :
  - Le principe du moindre privilège.
  - L'authentification sécurisée à l'aide de méthodes telles que l'authentification multifactorielle (MFA) et l'authentification sans mot de passe.
  - L'authentification à chaque tentative de connexion ou transaction d'accès, et pas seulement au début de la session.

### LA ZÉRO TRUST N'EST PAS

- ✗ Un moyen de compliquer la vie de vos employés et de vos clients.
- ✗ L'idée de « ne pas faire confiance à ses employés et les empêcher d'accéder aux services dont ils ont besoin ».
- ✗ Un produit, un service ou une plateforme tangible.
- ✗ Un nouveau concept. Si le Zéro Trust a récemment gagné en popularité notamment grâce à son efficacité dans un environnement de travail hybride, cette méthodologie existe depuis plus de 10 ans.

Bien que cette liste soit un très bon point de départ pour comprendre le concept de Zéro Trust, il y a beaucoup d'autres choses à connaître sur sa mise en place et sur les bénéfices clients qu'il apporte.

## Avantages de la mise en place du Zéro Trust (pour vos clients)

Avant de pouvoir convaincre vos clients de l'efficacité du modèle Zéro Trust, vous devez vous-même en être convaincu. Ces avantages formeront la feuille de route de vos discussions avec les PME pour qui vous travaillez. En résumé ? Elles ont beaucoup à gagner en mettant en place une architecture Zéro Trust - et ont beaucoup plus à perdre si elles ne le font pas.

### Une sécurité accrue

L'avantage le plus évident de l'adoption de la norme Zéro Trust est une sécurité considérablement améliorée. Les PME ne peuvent plus se permettre de prendre la cybersécurité à la légère dans des environnements de travail de plus en plus basés sur le cloud. Selon une étude récente de McAfee Enterprise et FireEye, les cyberattaques ont connu une hausse vertigineuse de 81 % depuis le début de la pandémie. Verizon indique que le coût moyen de chaque incident s'élève désormais à 21 659 dollars, 61 % des violations étant dues à la compromission des identifiants de connexion. La pandémie a donné aux cybercriminels l'occasion d'affiner leur art. Ils sont plus doués que jamais. Pour se protéger, vos clients ont besoin d'une stratégie de sécurité tout aussi intelligente. Le principe de Zéro Trust peut être utilisé pour les systèmes sur site et à distance. Les environnements de travail tendent à devenir de plus en plus hybrides ; ce qui fait du Zéro Trust une protection parfaite contre les failles de sécurité qui ciblent les actifs, les données et les travailleurs nomades par le biais d'attaques authentifiées.

### Une meilleure expérience utilisateur

La pandémie a exercé une forte pression sur de nombreuses PME qui ont dû trouver rapidement des solutions techniques hybrides et en distanciel pendant les confinements. En raison de la rapidité de l'adoption de nouvelles solutions, il n'était pas possible pour de nombreuses organisations de prévoir toutes les failles de sécurité. Cela a été particulièrement vrai pour celles qui utilisent des systèmes qui ne se prêtent pas facilement aux environnements cloud. Ces organisations ont dû faire face à des systèmes performants sur site mais mal adaptés aux

environnements distants et hybrides. Ces configurations mettaient davantage de pression sur leur service informatique et rendaient l'expérience de l'utilisateur peu pratique ou pas assez sécurisée pour les employés. Que vos clients utilisent des systèmes de sécurité sur site ou dans le cloud, un cadre Zéro Trust offrira un meilleur confort et une meilleure expérience utilisateur grâce à des éléments tels que l'authentification sans mot de passe, les coffres fort pour mots de passe et l'inscription et la désinscription embarquement et le débarquement sans contact. Une expérience utilisateur rationnelle et intuitive signifie une meilleure sécurité avec moins de friction, moins de frustration pour les employés et moins de tickets pour vos équipes de support.

### Compatibilité avec le cloud

Si vos clients n'utilisent pas actuellement de logiciels basés sur le cloud, ils ne saisiront pas immédiatement l'importance de la compatibilité entre le cloud et le Zéro Trust. Qu'ils transitionnent maintenant ou dans quelques années, les logiciels natifs cloud ont un long avenir devant eux. Bien que la norme Zéro Trust n'ait pas été créée pour le cloud, elle s'adapte cependant naturellement aux plateformes et aux applications natives du cloud. Le Zéro Trust utilise de nombreuses applications cloud connues, telles que l'authentification unique (SSO) et l'authentification multifactorielle (MFA), ces solutions protègent intrinsèquement l'utilisateur et la manière dont il accède aux données critiques. En d'autres termes, le choix d'un modèle de sécurité qui s'intégrera de manière transparente aux futures avancées informatiques - qu'ils soient prêts à mettre leurs systèmes à niveau aujourd'hui ou non - est un investissement dans l'avenir de la cybersécurité de vos clients.

## Avantages de la mise en place du modèle Zéro Trust (pour vous)

En tant que MSP, ce qui est bon pour vos clients est bon pour vous aussi. L'approche Zéro Trust ne vous positionne pas seulement comme un partenaire apprécié et expérimenté ; il rationalise également votre processus de gestion et vous offre des opportunités de monétisation supplémentaires.

## Instaurer la confiance

L'un des plus grands impacts du Zéro Trust, c'est sa capacité à renforcer la confiance qu'ont vos clients en vos conseils avisés. Le fait d'offrir un service qui améliore et développe leur activité renforce votre relation et assure ainsi leur fidélité.

L'instauration de cette confiance pourrait même vous faire gagner davantage de revenus sur le long terme. Une étude récente de PwC a révélé que 49 % des consommateurs dépensent plus d'argent lorsqu'ils font confiance à une marque. Vous entretenez la confiance en apportant à vos clients non seulement des produits, mais aussi un cadre spécialement conçu pour favoriser leur réussite. Le Zéro Trust est un modèle que les PME ont tout intérêt à mettre en œuvre.

## Une gestion plus facile en tant que MSP

Le passage au travail à distance imposé par la pandémie a mis à mal les MSP. Pendant que les PME s'efforçaient de créer des solutions d'urgence afin de faciliter le travail à distance, vous avez dû les soutenir pendant leur transition, tout en effectuant la même chose pour vous en interne. En raison de l'adoption rapide du travail à distance, vos services managés sont probablement très différents en 2022 de ce qu'il étaient début 2020. Si vous n'utilisez pas le modèle Zéro Trust qui vous permet de mieux prendre en charge les fonctions de sécurité dont vos clients ont besoin, votre charge de travail est beaucoup lourde. Cela est particulièrement vrai si c'est vous qui gérez le service informatique de vos clients. Le modèle Zéro Trust facilite la gestion des appareils et des utilisateurs en interne. Associé à des plateformes dans le cloud, le modèle Zéro Trust est très efficace, avec une supervision à guichet unique et des options de personnalisation et d'automatisation. Avoir une meilleure supervision de vos comptes informatiques vous aide également à gérer un autre problème important pour les MSPs : le Shadow IT. Le Shadow IT coûte de l'argent aux entreprises, c'est un manque à gagner dû aux failles de sécurité, aux applications non conformes, à la mauvaise gestion des mots de passe et à l'absence de contrôles

MFA. Plutôt que de laisser les employés gérer leurs propres applications, appareils et stratégies de sécurité, les bonnes pratiques d'authentification Zéro Trust rassemblent tous les éléments de la sécurité d'une entreprise sous le même toit : le vôtre. Plus vous avez de visibilité sur ce que font les utilisateurs, plus vous pouvez sécuriser votre organisation (ou celle de votre client).

## Opportunités de monétisation

Bien que le Zéro Trust ne soit ni un produit ni un service, il permet de développer des opportunités de monétisation. Il vous donne une raison d'intégrer de nouvelles plateformes ou applications dans votre offre technologique. Prenons l'exemple d'un client ayant récemment adopté un modèle de télétravail et étant aux prises avec des cas de shadow IT. En utilisant la perte de revenus comme argumentaire, vous pouvez lui faire comprendre qu'un système de gestion compatible avec l'approche Zéro Trust et adapté au cloud l'aidera à surveiller de plus près le provisionnement et les activités des utilisateurs. Le Zéro Trust s'adapte parfaitement aux environnements distants tout en restant fonctionnel avec les éléments sur site. Quel que soit le stade où se situent vos clients dans leur parcours technologique, vous trouverez un moyen de faire fonctionner le Zéro Trust pour eux, tout en augmentant votre part de marché.

## Lecture recommandée

Nous avons récemment publié un autre livre blanc intitulé " Le Zero Trust démystifié ". Ce guide décrit le Zéro Trust dans la pratique, mais aussi les raisons pour lesquelles beaucoup d'entreprise n'ont pas adopté ce concept, comment amorcer sa mise en place.

# Comment obtenir l'adhésion de vos clients ?

En tant que MSP, vous n'êtes pas seulement un partenaire logiciel ou un expert informatique ; vous avez également une entreprise à développer. Pour que vos clients adhèrent à l'approche Zéro Trust, vous devez vous pencher sur leurs expériences passées, leur compréhension du concept et les objections qu'ils peuvent avoir. Il ne faut pas vous contenter de présenter votre gamme de produits et de services.

## Prenez le pouls de la sécurité de vos clients

Pour commencer, vous devez analyser la perception de la cybersécurité de vos clients. Vous devez évaluer leur état d'esprit en matière de sécurité et identifier les obstacles qui pourraient empêcher le modèle Zéro Trust comme solution adéquate. La première étape consiste à entamer une conversation. Parlez à vos clients de leur position actuelle en matière de sécurité et des points à améliorer dans leur stratégie. Conseil : il y a toujours à faire en terme de sécurité, surtout dans le cas où une entreprise n'a pas encore mis en place le Zéro Trust.

### Voici quelques questions à poser pour lancer la conversation :

"Quels sont les points forts de votre entreprise ? Quelles sont vos difficultés ou les axes d'amélioration les plus importants ?"

Ces questions vous aident à prendre la température du niveau de satisfaction d'un client et révèlent à la fois ce qu'il apprécie et ce qu'il perçoit comme des points sensibles.

"Quelles sont les données les plus précieuses de votre société ? Comment sont-elles actuellement protégées, et comment pourriez-vous mieux les protéger ?"

Le plus grand avantage du Zéro Trust est une plus grande sécurité. Trouvez les éléments que votre client tient le plus à protéger afin de construire un argumentaire émotionnel.

"Êtes-vous satisfait de votre niveau de sécurité actuel ?"

S'ils signalent des problèmes de sécurité, abordez l'approche Zéro Trust en tant que solution. NB : Il se peut qu'ils ne sachent pas répondre à cette question, ce n'est pas grave ! Leur manque de connaissances est une opportunité de les éduquer sur le sujet.

"Connaissez-vous le modèle de sécurité " Zéro Trust " ? Si oui, qu'avez-vous entendu à son sujet ?"

S'agit-il d'un nouveau concept pour eux, comprennent-ils sa valeur mais pas la manière de le promouvoir au sein de leur entreprise, ou ont-ils des préjugés ?

Ces questions vous aident à connaître le niveau de maturité de vos clients sur la sécurité et à les orienter vers de futures conversations sur le sujet du Zéro Trust.

Supposons que vous rencontriez un client qui vous explique qu'il est très satisfait de sa stratégie de sécurité actuelle et qu'il ne souhaite pas en changer. Dans ce cas, identifiez les activités qu'il réalise déjà (ou qu'il souhaite réaliser) et qui sont conformes aux principes du Zéro Trust. Par exemple, la mise en œuvre de l'authentification multifactorielle (MFA) est devenue une composante essentielle de tout modèle Zéro Trust, mais elle est bénéfique même en dehors de ce cadre. Des exemples comme ceux-ci peuvent ouvrir la conversation sur les principes du Zéro Trust, et vous permettre de faire avancer votre stratégie. Cela vous permet de renforcer votre position et d'instaurer une plus grande confiance en tant que conseiller et expert. D'autre part, si un client indique qu'il a du mal à maintenir la sécurité dans son nouvel environnement de travail à distance, ou s'il a entendu parler du Zéro Trust mais ne le comprend pas vraiment... A vous de jouer ! Quel que soit le résultat de cette conversation, s'il n'utilise pas actuellement le Zéro Trust, trouvez un moyen de présenter ce concept comme étant le summum de la cybersécurité.

## Répondre aux objections

Si vos clients ont entendu parler du Zéro Trust mais ne l'ont pas encore mis en place, vous devez en connaître la raison. Voici quelques objections courantes.

### Inconvénients de la modification des systèmes existants

**Objection : "Cela prendra trop de temps ou coûtera trop cher de changer complètement notre approche actuelle de sécurité".**

Vos clients ne disposent pas forcément d'employés hautement qualifiés techniquement ou d'un service informatique, ils savent utiliser leurs systèmes actuels, mais pas forcément plus. Ils sont peut-être tellement pris dans leur quotidien que l'idée d'entreprendre une migration majeure leur semble impossible. Transférer leur système sur une plateforme totalement différente peut leur sembler insurmontable.

Comment y remédier ?

Mettez-vous à leur place. Reconnaissez que s'ils utilisent actuellement un système sur site, le passage au cloud représente un investissement initial important. L'avenir étant le cloud, ce sera une décision financière judicieuse. La sécurité sur site est coûteuse : plus tôt vous ferez la transition, et mieux ce sera.

### Contraintes financières

**Objection : "Notre système est entièrement payé. Je ne veux pas dépenser de l'argent pour quelque chose de nouveau".**

Passer à une plateforme basée sur le cloud compatible avec l'approche Zéro Trust peut coûter. Sans comprendre les avantages que cette migration apporterait, cela semble être un investissement inutile.

Comment y remédier ?

Mettez-vous à leur place. Reconnaissez que s'ils utilisent actuellement un système sur site, le passage au cloud représente un investissement initial important. L'avenir étant le cloud, ce sera une décision financière judicieuse. La sécurité sur site est coûteuse : plus tôt vous ferez la transition, et mieux ce sera.

**\$200K**

C'est le coût moyen d'une faille de sécurité pour une entreprise. Peuvent-ils se permettre de prendre le risque d'avoir des systèmes vulnérables ?



60 % des PME font faillite dans les six mois suivant une violation de leur sécurité. Si vous ne pouvez pas vous permettre de renforcer la sécurité, avez-vous assez d'argent dans votre tirelire pour payer les 200 000 dollars et assumer une faillite ?

## “ Une sécurité par l’obscurité ”

**Objection :** “Ce sont les problématiques des grosses entreprises. Personne n’essaie de pirater ma petite entreprise”.

De nombreuses PME ne pensent pas que les cybercriminels se donneront la peine de cibler une petite entreprise, elles pensent ne courir aucun risque.



43% des failles de sécurité visent spécifiquement les petites entreprises

Comment y remédier :

La sécurité par l’obscurité n’est pas sécuritaire du tout. Les petites entreprises sont les cibles les plus courantes des cybercriminels car elles comptent sur un dispositif de sécurité plus faible que celui des grandes entreprises.



60 % des chefs d’entreprises de PME pensent ne pas être exposés à un risque de piratage informatique. Ce n’est pas un hasard si 6 chefs d’entreprises sur 10 n’ont pas mis en place de stratégie de sécurité numérique.

## Mauvaise compréhension des avantages du Zéro Trust

**Objection :** “Oh, j’ai entendu parler de ça. C’est probablement la dernière tendance du moment qui va bientôt être remplacée par une autre”.

En raison d’un manque de connaissances ou d’un malentendu, vos clients peuvent percevoir le Zéro Trust de façon négative, ou penser que c’est beaucoup de travail pour peu de résultats.

Comment y remédier :

Si vous avez des études de cas ou des témoignages clients ayant adoptés un modèle Zéro Trust, c’est le moment de les partager. Sinon, vous pouvez consulter nos ressources sur la thématique pour éclairer vos clients sur cette question.

Pour de nombreuses PME, le facteur qui les fait le plus hésiter reste le coût. Nous avons décidé de créer un webinaire à ce sujet. Intitulé “The True Total Cost of Operating Core IT Infrastructure in the Cloud” (Le coût total réel de l’exploitation de l’infrastructure informatique dans le cloud), Brett Ramberg, co-PDG et associé directeur d’Altitude Integrations, un MSP du Colorado spécialisé dans le cloud, explique comment il détermine le coût total de possession (TCO) de l’infrastructure d’annuaire de base pour ses PME.



Watch now

En résumé, il s’agit d’être à l’écoute des craintes et des obstacles de vos clients, de déterminer si l’approche Zéro Trust peut s’intégrer dans le cadre de leur activité. Cette technique peut d’ailleurs s’appliquer à de nombreuses autres situations.

## Parler des avantages

Une fois que vous avez écouté les objections de vos clients, réfutez-les en partageant les avantages du Zéro Trust qui se trouve dans le premier chapitre de ce livre blanc. L’objectif de cette discussion est de faire comprendre à vos clients qu’il est dans leur intérêt de changer, même si cela nécessite une certaine charge de travail en amont. En les aidant à envisager un avenir sécurisé, vous leur permettrez non seulement d’adopter une approche de sécurité plus rationnelle et plus conforme, mais vous vous positionnerez également comme le partenaire idéal à long terme de cette démarche.

## Déployez un plan marketing

Bien que l'adhésion de vos clients actuels soit une composante essentielle de la mise en œuvre du Zéro Trust, d'autres opportunités s'offrent à vous.

Il est tout aussi important de faire connaître ce concept au-delà de votre base de clients actuels, c'est-à-dire auprès de vos prospects. Il faut pour cela vous positionner en tant que leader sur le sujet. Se présenter comme un expert Zéro Trust vous rend crédible et aide à établir une confiance avec vos prospects, avant même votre premier contact. Pour cela :

- **Intervenir sur des podcasts** dans ce domaine tels que Where's the Any Key, the SaaS Podcast, ou Unsupervised Learning. Les podcasts touchent un large public, et vous offrent une plateforme pour évangéliser le sujet. C'est également un excellent moyen d'atteindre de nouveaux segments de clientèle et de créer un réseau avec d'autres professionnels du secteur.
- **Envisagez l'organisation d'un séminaire en ligne ou d'un « Lunch & Learn »** pour informer des avantages de la mise en place du modèle Zéro Trust. Ce type de contenu "freemium" est un excellent moyen de repérer des clients potentiellement intéressés, et les inscriptions au séminaire vous donnent accès aux adresses mails des participants pour un suivi commercial.
  - **Conseil :** Veillez à bien sélectionner les personnes que vous invitez à ces événements pour vous assurer que votre contenu sera pertinent pour eux. Il est préférable d'avoir un public plus restreint qui a l'impression que le contenu est adapté à ses besoins plutôt qu'un public plus nombreux avec des informations qui ne trouvent pas d'écho à leurs besoins. Vous pouvez envisager d'organiser plusieurs événements pour des publics différents.
- Pour étendre votre visibilité, **développez votre présence sur les réseaux sociaux** qui en parlent. Vous devez vous impliquer dans des conversations tournées vers le Zéro Trust sur les médias sociaux, rejoindre des groupes, se connecter avec d'autres acteurs sur LinkedIn. Analyser vos relations LinkedIn et partagez-leur du contenu pertinent, afin qu'ils le partagent à leur tour avec leurs réseaux. Une information peut "devenir

virale". Développer stratégiquement vos réseaux sociaux personnels et professionnels peut également vous aider à vous ouvrir à de nouveaux segments de clientèle et à influencer d'autres relations.

### Ressources sur le Zéro Trust à destination de vos clients

#### WEBINAIRE

**Construire un modèle de sécurité Zéro Trust :** dans ce webinaire, Greg Keller, directeur technique de JumpCloud, présente le modèle Zéro Trust et explique comment le mettre en œuvre à grande échelle pour protéger les employés travaillant à distance.

#### GUIDE

**Qu'est-ce que la sécurité Zéro Trust ?** Ce guide sur le Zéro Trust explique les principes essentiels de ce modèle et les raisons de son existence.

#### BLOG

**Le Zéro Trust pour les espaces de travail numériques :** Ce blog explique comment la sécurité Zéro Trust a été popularisée avec la recrudescence du télétravail.

### Ressources supplémentaires pour le plan marketing

**Modèle de plan marketing :** Ce PDF vous explique comment développer le plan marketing de votre entreprise et vous aide à organiser votre stratégie pour mettre en œuvre le Zéro Trust avec vos clients et vos prospects.

**Modèle pour fixer des objectifs SMART :** Utilisez cette feuille de travail pour créer des objectifs tangibles et des étapes concrètes pour les atteindre.

**Modèle de plan d'affaires stratégique :** Vous pouvez utiliser cette feuille de travail vous-même, ou l'utiliser pour faciliter une discussion de planification avec vos clients. Nous fournissons également un guide pratique pour vous aider à guider vos clients dans ce changement.

## Quelques podcasts de premier ordre



### Down the Security Rabbithole

Ce podcast a gagné en popularité auprès des entreprises car il aborde des questions telles que la législation en matière de cybersécurité, la vulnérabilité des PME aux cyberattaques et la façon dont le COVID-19 a modifié le paysage de la sécurité.



### SaaS Marketing Superstars

Si vous considérez que le marketing n'est pas votre point fort, ce podcast est fait pour vous. L'animateur Aaron Zakowski partage les stratégies de croissance éprouvées des leaders du marketing dans le secteur SaaS.



### SaaStr

L'un des podcasts SaaS les plus populaires interroge des experts du secteur et des dirigeants pour connaître leurs trucs et astuces.



### The SaaS Podcast

L'animateur Omer Khan interroge des fondateurs de startups et des entrepreneurs sur les dernières



tendances du secteur SaaS.

### The Social-Engineer Podcast

Ce podcast fascinant vous plonge dans la psychologie humaine pour expliquer la manière dont les cybercriminels utilisent l'ingénierie sociale pour compromettre les identifiants privés et ceux des entreprises. L'animateur Chris Hadnagy (loganWHD) interroge des anciens hackers, des experts en crypto-monnaies et des chercheurs universitaires.



### Unsupervised Learning

L'animateur Daniel Miessler parle de tout ce qui touche à la cybersécurité dans ce podcast : tendances et conseils sont au rendez-vous.



### Where's the Any Key?

Animé par Ryan Bacon de JumpCloud, ce podcast a pour but de créer une communauté où les personnes intéressées par le secteur informatique peuvent apporter leurs idées en matière de gestion des technologies.

# Comment mettre en œuvre le Zero Trust chez vos clients ?

## Stratégie initiale et développement

Forrester recommande de commencer votre mise en œuvre du Zero Trust en faisant le point sur votre système de sécurité actuel. Pour les MSPs, cela signifie effectuer une évaluation de la sécurité pour vos clients et formaliser leur stratégie de déploiement Zero Trust en fonction de vos conclusions.

1

### Étape 1 :

Obtenez le retour de votre client sur ce qu'il pense devoir changer dans sa stratégie de sécurité. Ensuite, effectuez votre évaluation et échangez vos suggestions avec lui.

Questions à poser lors de l'audit :

- Selon vous, où se trouve la plus grande faiblesse de votre stratégie de sécurité actuelle ?
  - Quelques options : Identités (absence d'authentification), Endpoints (manque de visibilité des appareils), Apps (aucun contrôle et surveillance), Infrastructure (absence de contrôle d'accès, pas d'utilisation du moindre privilège), Données (absence de protection dans le cloud), Réseau (aucune détection des menaces ou chiffrement faible).
- Afin de lancer le Zero trust dans votre organisation, qu'est-ce qui doit changer ?
  - EX : Y a-t-il des logiciels hérités qui doivent être mis à niveau ? Ont-ils les capacités de mettre en œuvre l'AMF (authentification multifactorielle), l'authentification sans mot de passe, etc.
- Ces changements nécessitent-ils un investissement en temps, un investissement en formation, un investissement en coûts, ou les trois ?
  - Aidez-les à établir des priorités et à planifier ces changements de manière progressive.

2

### Étape 2 :

Travaillez en collaboration avec votre client pour élaborer une stratégie de déploiement Zero trust réaliste, avec des échéances jalonnées.

- Examinez l'organisation dans son ensemble et essayez d'aligner le calendrier d'adoption du Zero Trust avec d'autres grandes initiatives à l'échelle de l'entreprise. Par exemple, si l'ensemble de l'entreprise cherche à passer à un logiciel basé sur le cloud, c'est l'occasion parfaite d'inclure le Zero Trust également.
- En fonction des ressources, le délai d'adoption moyen est de 1 à 3 ans.
- Créez la date limite pour une adoption complète, puis travaillez à rebours pour décider des étapes et des délais plus courts.

3

### Étape 3 :

Poursuivez votre rôle de conseiller de confiance. Tout au long de la mise en œuvre du Zero Trust, assurez-vous de disposer d'un moyen clair et facile pour que vos clients puissent communiquer avec vous autour de leurs blocages et problèmes. Assurez-vous que votre équipe support soit formée aux questions courantes à propos du Zero Trust pour renforcer davantage la confiance et l'autorité. Ne l'oubliez pas : vous avez affaire à un public non technique.

Une fois que vous avez formalisé la stratégie de déploiement du modèle Zéro Trust avec vos clients, il est temps de commencer à la mettre en place. Même si les calendriers varient en fonction des entreprises ; les déploiements doivent se dérouler en trois étapes principales.

## Phase 1 : commencer par les utilisateurs

Si l'on se base sur le calendrier d'adoption Zéro Trust en trois étapes, recommandé par Forrester la première phase doit se concentrer sur les utilisateurs et leurs identités. Il y a plusieurs raisons à cela. Cela permet tout d'abord à vos clients de se concentrer sur l'adhésion des employés à la cybersécurité. Il est plus difficile de créer des réseaux et des dispositifs conformes et sécurisés si vos utilisateurs ne sont pas favorables à la démarche Zéro Trust. Les utilisateurs sont également les plus susceptibles d'être compromis par des cyberattaques (par le biais d'informations d'identification volées ou de violations de données) mais aussi les plus faciles à protéger (par des mesures supplémentaires et une solide campagne de communication).

Voici les trois principaux éléments à inclure dans la section utilisateur de votre plan de déploiement :

Investissez dans des solutions IAM telles que l'authentification multifactorielle (MFA) et SSO. L'authentification multifactorielle est l'une des meilleures mesures de sécurité que vous puissiez adopter pour protéger les identités de vos clients, et sa mise en œuvre permet d'instaurer la confiance dès le départ. Ces mesures de sécurité sont rapides à mettre en œuvre et n'ajoutent pas d'inconvénients majeurs pour les utilisateurs.

Remarque : pour équiper vos clients du service IAM, il suffit soit d'activer des options dans leur logiciel de sécurité actuel, natif dans le cloud, ou de leur vendre un produit complémentaire ou une extension à leur logiciel existant. Assurez-vous d'avoir pris en compte ces changements dans votre stratégie de déploiement.

Appliquez les principes du moindre privilège dès que possible. La mise en œuvre du principe du moindre privilège comprendra probablement un audit des accès

actuels pour s'assurer que les utilisateurs existants disposent du niveau d'accès approprié... et pas plus. Il est plus facile de procéder par groupes d'utilisateurs plutôt que par utilisateur individuel, mais dans une petite entreprise, cette distinction n'aura pas beaucoup d'importance.

Par exemple, vous pouvez créer un groupe d'accès restreint pour tous les stagiaires, qui expire au bout de 3 mois et ne fournit que la fonction de "lecteur". Vous pouvez aussi créer un groupe de cadres avec le même accès restreint aux principales applications et données. Si vous commencez par la création de lots comme base de référence, vous pourrez toujours revenir en arrière et augmenter les privilèges au cas par cas par la suite. N'oubliez pas que cela réduira très probablement, voire supprimera, les privilèges dont disposent actuellement certains utilisateurs finaux... qui pourraient vouloir les conserver. La communication est primordiale pour assurer le succès du déploiement des principes de moindre privilège, ce qui implique un flux constant d'e-mails, de rappels et de formations. Identifiez les salariés qui risquent d'avoir le plus de difficultés avec cette transition, afin de passer plus de temps avec eux. Ce coup de main supplémentaire à ce stade portera ses fruits dans les années à venir.

Supprimez complètement les mots de passe (si vous le pouvez). Si vous n'avez pas entendu parler du mouvement de suppression des mots de passe que mettent en place des grandes entreprises comme Microsoft, Google et Apple, cela peut sembler quelque peu excentrique. Mais de nombreuses entreprises s'orientent vers un système de gestion des identités sans mot de passe. Le raisonnement est clair : selon Forrester, "les mots de passe peuvent être espionnés, piratés et cassés, ce qui les rend faibles". Le passage à des méthodes d'authentification sans mot de passe augmente considérablement la sécurité tout en offrant une expérience utilisateur transparente.

### Se passer de mot de passe en 3 étapes :

1. Interdisez les identifiants de connexion faciles à deviner. Commencez par dresser une liste de mots de passe interdits que les utilisateurs ne peuvent pas

définir comme identifiants de connexion, tels que 1234, Motdepasse1, etc. Il s'agit d'une très bonne première étape pour renforcer la sécurité pendant que vous travaillez sur une stratégie plus large de suppression des mots de passe.

2. Mettez votre offre à niveau. Il est certes beaucoup plus facile de se passer de mot de passe si vos clients utilisent déjà des logiciels basés sur le cloud. Ces logiciels modernes se prêtent facilement à des extensions avec des options d'authentification sans mot de passe comme les scanners biométriques et le MFA.
3. Éliminez toutes les méthodes d'authentification obsolètes. Si vos clients utilisent encore des produits ou des applications qui requièrent des méthodes de connexion traditionnelles (simple nom d'utilisateur et mot de passe) qui ne peuvent pas prendre en charge le MFA, ils doivent opter pour un environnement sans mot de passe. Pour les clients qui utilisent de nombreux systèmes sur site, cette étape peut prendre un certain temps et représenter un coût important. Pour les clients qui travaillent déjà dans le cloud, la solution devrait être plus rapide.

Remarque : l'absence totale de mot de passe ne convient pas à tous les clients. En raison des réglementations gouvernementales et des lois de conformité, les utilisateurs occupant certains postes ou travaillant dans certains secteurs sont tenus de conserver une interface de connexion avec un nom d'utilisateur et un mot de passe. Toutefois, l'adoption d'une authentification sans mot de passe pour les autres employés permettra d'améliorer considérablement la sécurité de vos clients.

## Étape 2 : Appliquer les principes d'utilisation aux appareils

Une fois que votre client a adopté la politique d'utilisateurs Zéro Trust, passez à une autre vulnérabilité : celle des appareils. Le travail à distance est apparu si soudainement lors de la pandémie que de nombreuses organisations n'étaient pas correctement préparées. Aujourd'hui, il se peut qu'elles aient encore des politiques peu rigoureuses

en matière d'apport d'appareils personnels (BYOD), ou qu'elles s'appuient encore sur des règles obsolètes concernant les appareils. Pour que le Zéro Trust soit un succès au niveau des appareils, vos clients doivent être en mesure de les suivre, de les sécuriser, de les contrôler et de les mettre hors service de manière transparente.

Voici quelques étapes pour déployer le Zero Trust sur les appareils.

- Revoyez la politique BYOD actuelle ou développez une politique BYOD formalisée. Si votre client a une politique BYOD, examinez-la de plus près. S'il n'en a pas mais qu'il l'autorise, aidez-le à la formaliser. Il y a des avantages et des inconvénients à autoriser le BYOD et de nombreuses entreprises se tournent vers le BYOD par défaut dans ce nouvel environnement hybride. Si votre client choisit d'autoriser le BYOD, vous devrez l'aider à créer une politique claire qui protège à la fois les utilisateurs et les actifs de l'entreprise. À titre d'exemple, les appareils personnels ont souvent des exigences de sécurité, des anti-malware et des correctifs moins stricts, ce qui les rend plus vulnérables. Une solution consiste à utiliser un logiciel qui effectue des "contrôles de santé des appareils" avant d'autoriser un appareil appartenant à un employé de se connecter aux réseaux ou aux applications de l'entreprise. Vous pouvez ensuite appliquer des solutions de réseau défini par logiciel (SDN) à ces appareils pour garantir une sécurité permanente. Une autre option consiste à sécuriser l'accès et les données de l'entreprise en utilisant une solution de sécurité qui permet de conteneuriser les actifs de l'entreprise. La conteneurisation empêche les données de l'entreprise de s'entremêler avec des informations personnelles et rend « l'offboarding » sûr et rapide si un utilisateur quitte l'organisation.
- Assurez-vous que les principes du moindre privilège et du Zéro Trust soient actifs pour les dispositifs. Il faut créer des protections et des politiques qui exigent une vérification constante des appareils, et pas seulement lors de la connexion. Suggérez une solution de sécurité dans le cloud comme JumpCloud. La facilité de gestion des appareils dans une seule interface est l'un des principaux arguments de vente de la mise à niveau vers

un logiciel de sécurité natif du cloud. En tant que MSP, le portail multi-services est indispensable pour simplifier votre service client. Il peut être difficile pour les équipes de suivre tous leurs appareils en même temps, surtout si elles jonglent avec des appareils gérés et personnels. Les logiciels natifs dans le cloud peuvent rationaliser cette approche en offrant aux administrateurs informatiques (ou à vous, en tant que MSP) une plateforme unique où ils peuvent visualiser tous les appareils, les mettre en service et hors service à distance, gérer les correctifs et modifier les privilèges et les autorisations. Si votre client n'utilise pas encore de logiciels dans le cloud, c'est l'occasion idéale de lui en montrer les avantages.

- Une fois l'étape 2 terminée, votre client devrait être totalement imprégné de la culture Zéro Trust. L'application de ces principes aux utilisateurs et aux dispositifs fournit déjà une stratégie de sécurité beaucoup plus robuste dont vous - et vos clients - pouvez être fiers.

### Étape 3 : Appliquer les principes des utilisateurs et des dispositifs aux réseaux

La dernière étape de la mise en œuvre du modèle Zéro Trust consiste à appliquer les principes utilisés pour la gestion des utilisateurs et des dispositifs aux réseaux plus étendus de vos clients. Ces réseaux ont changé depuis la pandémie, mais contrairement à la croyance populaire, ils n'ont pas entièrement disparu. "Le périmètre n'a pas disparu : notre perception du périmètre du réseau a simplement évolué", a déclaré M. Forrester. Les périmètres de réseau étaient autrefois physiques, comme un bâtiment ou un emplacement géographique. Aujourd'hui, cet emplacement existe toujours, mais il se trouve dans le cloud. D'une certaine manière, les périmètres numériques sont plus sûrs ; les cybercriminels ne peuvent plus entrer dans un bâtiment et causer des ravages sur les réseaux d'une entreprise. Mais ils se sont également

sophistiqués depuis 2020, et le réseau cloud doit toujours être protégé. Aidez vos clients à comprendre l'importance de contrôler les périmètres de leur réseau, et proposez des solutions logicielles pour rendre le processus aussi indolore que possible. Une façon de sécuriser ce réseau numérique avec le Zéro Trust est d'utiliser une politique de segmentation pour "redessiner" le périmètre de sécurité de vos clients. Par exemple, la segmentation des utilisateurs standard par rapport aux utilisateurs admins offre aux admins l'accès dont ils ont besoin pour effectuer leurs tâches quotidiennes sans donner aux utilisateurs standard les mêmes privilèges. La séparation des réseaux locaux virtuels (VLAN), où certains protocoles sont limités à des segments spécifiques du réseau de l'entreprise spécifiques, pourrait constituer une solution plus restrictive pour les réseaux internes. Autre argument en faveur du cloud : les plateformes de sécurité dans le cloud permettent aux administrateurs informatiques de gérer les autorisations du réseau à partir d'un seul endroit, ce qui rend le process Zéro Trust beaucoup plus simple.

### Devenir un MSP plus fort avec Zéro Trust

La mise en œuvre du Zéro Trust n'est pas facultative, et c'est votre travail en tant que partenaire MSP de guider vos clients dans son adoption. En les encourageant à mettre en œuvre ce modèle, vous les mettez sur la voie du succès tout en positionnant votre organisation comme un partenaire expérimenté et de confiance pour les solutions de sécurité. Tout le monde y gagne. Pour aider vos clients à rationaliser leurs initiatives de sécurité, JumpCloud propose une bibliothèque de ressources conçues pour simplifier les concepts de sécurité et offrir des conseils pratiques dans des environnements réels. Consultez la bibliothèque de ressources, *Security Without the Complexity*, pour continuer à développer vos connaissances en matière de sécurité.

La mission de JumpCloud est de rendre le travail possible en fournissant aux individus un accès sécurisé aux ressources dont ils ont besoin pour faire leur travail. La plateforme d'annuaire JumpCloud offre aux services informatiques, aux centres des opérations de sécurité et aux DevOps une solution unique basée sur le cloud pour contrôler et gérer les identités des employés et leurs appareils, et appliquer les principes du Zéro Trust. JumpCloud a une base d'utilisateurs mondiale de plus de 100 000 organisations, avec près de 5 000 clients, dont Cars.com, GoFundMe, Grab, ClassPass, Uplight, Beyond Finance et Foursquare. JumpCloud® a levé plus de 400 millions de dollars et est soutenu par des investisseurs de renommée mondiale, dont Sapphire Ventures, General Atlantic et Whale Rock, entre autres.



Testez JumpCloud  
gratuitement →