

10 technologies à usage personnel pour booster le secteur digital

Avec la diversité d'appareils, d'applications ou encore de services digitaux aujourd'hui disponibles, il est parfois difficile pour les entreprises d'identifier les technologies qui représentent une opportunité de celles qui sont encore trop récentes pour investir.

Il est toutefois essentiel pour les organisations au cœur du secteur digital de savoir reconnaître les technologies qui viendront stimuler les employés et le marché en général.

Il existe un grand nombre d'innovations dans le domaine des technologies à usage personnel et de nombreuses entreprises ont mis en place une variété de stratégies digitales au profit des performances et des comportements individuels.

Ces initiatives permettront aux technologies à usage personnel de jouer un rôle important dans la conduite et le soutien des activités digitale. Ces dernières devraient être utilisées pour appuyer les cas d'utilisation axés sur les résultats liés au secteur du digital pour le client final.

Voici donc une sélection de 10 technologies que les DSI devraient intégrer dans leur stratégie digitale.

1. Le machine learning

Sous-catégorie de l'intelligence artificielle, le [machine learning](#) (ML) permet d'extraire des connaissances et de repérer des tendances à partir d'une série d'observations.

Il s'agit d'une technologie qui connaît une croissance rapide et présente des opportunités pour le secteur du numérique allant de la digitalisation (amélioration de l'efficacité par automatisation des tâches) à l'optimisation des fonctions de l'entreprise, notamment la détection des fraudes et l'identification des modèles de comportement des clients. Toutefois, la qualité des données et la maintenance continue du système détermineront la réussite ou l'échec du processus.

2. Les assistants personnels virtuels (VPA)

On les connaît mieux sous le nom de Siri (Apple), Alexa (Amazon), ou Cortana (Microsoft). Ces technologies voient leur notoriété grandir continuellement et leur adoption au sein des entreprises s'accélérer grâce aux avancées de l'IA et des technologies de NLP.

Leur capacité de réponse ou d'accès aux informations en instantané, entre autres, constituent une réelle opportunité et permettent d'accroître la productivité et d'améliorer les relations clients. Néanmoins, les VPA sont encore sujets à des problématiques techniques et de sécurité qui obligent les organisations à se montrer prudentes à leur égard.

3. Les technologies immersives

Que ce soit la réalité augmentée (AR), la réalité virtuelle (VR) ou la réalité mixte (MR), les technologies immersives ont la capacité de changer la façon dont les utilisateurs et les employés interagissent avec les environnements physiques et numériques et avec leurs appareils.

Pour les entreprises, ces nouvelles technologies qui flirtent avec le monde réel et le monde digital peuvent être utilisées pour la formation des salariés ou encore les opérations de maintenance et de réparation, et ce dans de nombreux secteurs. Cependant, les organisations doivent veiller à ne pas être influencées par l'engouement qui entoure ces technologies encore émergente.

4. L'impression 3D

Cette technologie de plus en plus populaire, et qui devrait continuer de se développer rapidement, permet de créer une gamme presque infinie d'objets dans différents matériaux. Avec elle, les entreprises ont l'opportunité de réduire les temps de production et créer des produits à l'unité, tels que des implants médicaux.

L'impression 3D permettra également aux secteurs comme l'aérospatial de créer des composants plus légers. Malgré certaines inquiétudes liées au secret commercial et à la propriété intellectuelle, ce domaine continue de voir émerger de nouvelles imprimantes et de nouveaux matériaux.

5. Les technologies de suivi/localisation

Celles-ci permettent de suivre la position d'une personne ou d'un objet via la création d'applications reliant des objets virtuels au monde réel. Il existe actuellement près de 25 technologies de ce type, offrant différents niveaux de précision et disponibles à des prix variables.

Ces dernières ont vu naître de nombreuses opportunités, que ce soit l'assurance automobile par géolocalisation, ou l'utilisation et le suivi en temps réel des appareils médicaux dans les hôpitaux. Les problématiques de consentement et de protection de la vie privée du client demeurent au centre de l'attention et peuvent potentiellement porter préjudice à l'image de marque de l'entreprise.

6. La technologie des caméras 3D

Elle donne aux entreprises la possibilité de mesurer des objets et d'utiliser des contenus 3D à des fins de planification logistique ou de reconnaissance faciale et gestuelle grâce à des contenus 3D offrant plus de profondeur.

Cette technologie peut contribuer à optimiser les processus au sein des entreprises, elle est cependant sujette à une médiatisation intensive et peut s'avérer excessivement coûteuse pour les

organisations.

7. L'authentification biométrique

Cette technologie se sert de caractéristiques biologiques propres à chaque utilisateur et intègre des outils tels que la reconnaissance faciale ou de l'iris. Microsoft propose par exemple Windows Hello, une technologie nécessitant une caméra 3D et qui peut reconnaître les visages ainsi que les empreintes digitales.

Ces innovations offrent des solutions plus sûres que les mots de passe ou les codes PIN. Certaines technologies biométriques ne sont qu'aux prémices de leur phase d'adoption ; d'autres, en revanche, comme [l'authentification](#) par les empreintes digitales ou par la voix, sont en passe de parvenir à maturité.

La technologie biométrique pourrait simplifier les achats sur un mobile ou encore améliorer la sécurité des bâtiments. Dans l'absolu, elle est profitable pour tout secteur souhaitant recourir à un système d'authentification plus rapide et simplifié.

8. Les wearables

[Une large gamme de wearables](#), ou technologies portatives, est désormais disponible pour les particuliers comme pour les entreprises, comme par exemple les montres et bracelets connectés ou encore les casques de réalité virtuelle.

Elles offrent de nombreuses opportunités d'innovation dans une variété de secteurs, que ce soit les patchs intelligents pour le secteur médical, les paiements mobiles pour le secteur bancaire, en passant par les solutions portatives pour le secteur industriel. Outre le choix des appareils, les entreprises doivent réfléchir en priorité à la façon dont les wearables s'intègrent à l'activité digitale.

9. Les chatbots

Aussi appelés agents conversationnels, les chatbots sont des outils d'automatisation et d'interface de conversation, qui ont atteint différents stades de maturité. Les organisations n'auront aucune difficulté à trouver une plateforme, cependant, les produits restent peu normalisés.

Les chatbots [peuvent être utilisés](#) pour remplacer le personnel dans les centres d'appels, ou, en interne, pour établir des calendriers et planifier de tâches simples. Compte tenu de la fragmentation et de la maturité variable du marché des chatbots, les entreprises ont tout intérêt à envisager le processus de sélection comme une décision tactique susceptible d'évoluer.

10. Les systèmes d'alimentation sans fil

Ces derniers permettent de faire charger des dispositifs électroniques sans câble et sont disponibles sous deux formes :

- La récolte d'énergie, qui consiste à collecter de l'énergie depuis des sources environnementales telles que la lumière ou la chaleur.
- Le chargement sans fil, qui évite de devoir emporter son chargeur partout ou de penser à recharger son téléphone.

La plupart des dispositifs électroniques destinés au grand public ne supportent pas le chargement sans fil, et il est rare que cette technologie constitue un volet essentiel de l'offre d'une entreprise numérique.

Toutefois, elle peut rendre certains processus plus pratiques et plus efficaces en augmentant la durée de vie des batteries, voire transformer entièrement un secteur dans certaines filières, telles que la recharge des voitures électriques.