

Quand L'ECM tire avantage des Content Services

Bien que l'ECM ait été à ses débuts un moyen de transformer les documents papier en information électronique et de distribuer cette information aux collaborateurs, aujourd'hui les entreprises exigent des [services de contenu](#) plus complets.

Il ne fait plus sens d'avoir un bloc monolithique de dépôt de documents. Les organisations ont besoin de plateformes capables d'agréger du contenu disséminé dans de multiples dépôts afin de connecter des applications hétérogènes et minimiser les réseaux IT tentaculaires.

Les utilisateurs métier ont besoin d'une vue centrale pour travailler le plus efficacement possible et partager du contenu facilement avec les différentes parties prenantes, clients et collaborateurs.

Comment l'approche Content Services accompagne la transformation digitale

Derrière l'évolution sémantique impulsée par le Gartner se cache une volonté de redéfinir les lignes du marché avec de nouveaux usages et besoins. Pour répondre à ces attentes, les solutions de gestion d'informations d'entreprise ont dû évoluer.

Pour les entreprises qui sont dans une logique de transformation digitale, adopter une plateforme de services de contenu les aidera sans nul doute à atteindre leur but. Même les entreprises matures, avec un fort taux d'équipement ECM, restent hantées par de nombreux contenus clés isolés dans des silos d'information ou applications dispersées, messageries, disques durs, outils de partage de fichiers, etc.

À l'échelle d'une organisation toute entière, ce volume de contenu n'est pas négligeable. Par conséquent, les collaborateurs perdent du temps à explorer plusieurs systèmes tentant en vain de recréer une vision d'ensemble et le service en souffre. En bénéficiant de « content services », il est possible de définir une stratégie d'information permettant de délivrer un contenu à la bonne personne au bon moment et au bon endroit.

Le changement de paradigme des « content services » libère les organisations des anciens systèmes ECM. Avec une couche de services de contenu pour lier le tout, les organisations peuvent choisir des applications et des modules « à la carte » pour répondre à leurs besoins spécifiques.

Les plateformes de Content Services confèrent donc aux organisations les moyens d'exploiter leurs informations, quel que soit l'endroit où se trouve le contenu, et de le faire circuler dans un workflow et des outils de Case Management.

De plus, il est possible de faire remonter l'information de manière adaptée au contexte dans la bonne application métier et de partager les contenus de façon sécurisée en interne comme en dehors des murs de l'entreprise. L'information est alors accessible sur tous les supports : PC, ordinateur portable ou mobile, en « responsive design », en tous lieux et même sans connexion

Internet.