

Les tablettes fin prêtes pour les usages en entreprises

« L'heure est venue de s'intéresser à l'usage des tablettes dans l'environnement professionnel. » Pour David Willis, vice président recherche au Gartner, la rapide démocratisation, poussée par l'iPad d'Apple, des ardoises numériques est un phénomène que les entreprises ne peuvent, et ne doivent pas, ignorer. Ne serait-ce parce que les employés eux-mêmes introduisent de facto cette nouvelle génération de médias numériques. Selon le Gartner, il devraient s'en vendre 69 millions en 2011.

Les directions informatiques « sont également plus enclines à constater qu'elles n'ont pas besoin de fournir et de gérer tous les périphériques que les employés utilisent au travail: la consomérisation est là pour rester, et évolue très rapidement », ajoute l'analyste. D'autant que l'usage des tablettes se déplace sur le terrain de la concurrence. « Si vous êtes en mesure de réfléchir autour d'une application pour tablettes, vos concurrents en sont également capables – et d'agir en conséquence. » Verra-t-on se profiler de nouveaux services autour de l'ardoise numérique?

Les smartphones ont déblayé le terrain

Dans tous les cas, l'arrivée des terminaux mobiles et smartphones ont déblayé le terrain. « Les DSI sont déterminés à ne pas commettre les mêmes erreurs qu'avec les smartphones, qui étaient d'abord considérés comme des jouets onéreux et des symboles du status des dirigeants avant de comprendre l'avantage compétitif qu'ils pouvaient en tirer par le modèle applicatifs. » L'iPad et autres clones tactiles ne seront donc pas regardé comme des objets luxueux mais bien comme des outils de productivité et d'efficacité pour l'entreprise. Bien sûr, celles qui ont pris les mesures pour accueillir ces nouveaux produits, y compris dans leur diversité, dispose d'une certaine avance sur leur concurrents.

D'où l'importance de l'écosystème applicatifs et de son modèle de distribution qui distinguera véritablement les différentes offres produits sur le marché. Plus que les caractéristiques matérielles, se sont en effets les applications, et la chaîne de partenariat assemblée pour les produire, qui attirera les professionnels vers les tablettes. Car si l'iPad et l'offre Android peuvent profiter des centaines de milliers de titres taillés pour les smartphones, la valeur ajoutée se retrouvera dans l'offre des solutions spécifiquement dédiées aux ardoises.

La tablette comme outil complémentaire

Néanmoins, la tablette ne viendra pas concurrencer le netbook et encore moins le smartphone, aux yeux de la société d'études. Qui y voit un outil complémentaire capable de s'activer instantanément, d'offrir une utilisation intuitive, une large autonomie énergétique. Autant d'avantages certains en mobilité quitte à retrouver, au bureau, un poste de travail traditionnel pour la création de contenus ou la saisie de données.

Ventes, relations clients, santé... nombreux sont les secteurs où la tablette pourra être exploitée avantageusement. « Les responsables des ventes réclament des tablettes pour leurs équipes comme une façon plus conviviale de partager des ventes indirectes et du matériel promotionnel, illustre David Willis. Suivront les systèmes de gestion de la relation client, et les applications d'entrée des commandes [...] Dans

d'autres contextes, l'usage de proximité des tablettes ouvre plus d'interactions personnelles. Docteurs, infirmières, techniciens médicaux pourront ainsi s'asseoir aux côtés du patient pour mieux lui présenter son diagnostic [...]. Les couturiers pourront exploiter les tablettes pour présenter des costumes sur mesures. [...] Les possibilités sont très vastes. » Il ne reste plus qu'à les vérifier.