

# MicroStrategy World 2011 – Et si votre entreprise n'intègre pas Facebook...

La contagion Facebook se répand à un rythme effréné... auprès des CEO américains. La petite vérole n'a qu'à bien se tenir... Et ils semblent très convaincus ! À moins qu'ils ne perçoivent clairement le potentiel de chiffre d'affaires à réaliser via ce biais. Allez savoir...

## **Hors Facebook, point de salut !**

« 15 millions de nouvelles connexions entre amis chaque jour, 130 amis par utilisateur, trois minutes pour "se faire un nouvel ami"... Il faudrait 5 milliards d'heures pour réaliser un tel graphe social, soit 550 000 années ! » s'enthousiasme **Mike Saylor**, cofondateur et CEO de MicroStrategy.

Et il ajoute: « Plus qu'un réseau social, Facebook est aussi une plate-forme applicative, permettant de concevoir simplement des applications très "friendly". Ce serait une erreur de ne pas prendre en compte ces données des réseaux sociaux, et de ne pas être présent avec des applications attrayantes. Vos concurrents les intégreront. Et si vous ne le faites pas, vous serez rapidement distancés. »

## **Traverser le pont dans les deux sens**

Face à cet enjeu, comment ne pas se lancer ? Ou plutôt, comment se lancer ? Justement, Microstrategy annonce sa nouvelle plateforme **Gateway for Facebook**, afin d'ouvrir la plateforme Facebook aux développeurs, et plus globalement aux applications des entreprises. Ce service '**cloud**' convertit les informations du graphe social Facebook en une structure de données relationnelles, utilisable par des applications de type CRM, marketing, ventes, programmes de fidélité, etc. Et, bien sûr, les applications mobiles (cf. le précédent article : '[MicroStrategy World 2011: les 4 éléments de la révolution informatique](#)'). Mieux encore, cette passerelle assure un lien bidirectionnel pour éventuellement mettre à jour les données.

## **Une architecture solide et bien étudiée**

Le service '**cloud**' utilise les API du graphe social Facebook, et adhère -bien entendu- à la politique d'accès aux données et de respect de la vie privée du réseau social. L'éditeur assure que son service émet des requêtes chaînées produisant des résultats très qualifiés. Afin d'optimiser les performances, la solution gère les renvois de Facebook en cas de saturation, en gérant un cache intelligent. Les réponses en temps réel sont assurées par le maintien d'une base locale hébergeant les données du graphe social, disponible même en cas d'indisponibilité de Facebook. Enfin, la haute disponibilité et la flexibilité sont assurées via une architecture massivement parallèle (MPP) qui peut absorber de très gros volumes simultanément.

## **Comment naissent les mirages...**

Sur le papier, accéder à des profils très qualifiés et à tous leurs "amis" promet un ciblage et des segmentations des plus intéressants. Néanmoins, ces informations sont-elles réellement fiables ? Ces amis et ces relations sont-ils vraiment solides ? Ne sommes-nous pas dans l'illusion de l'influence ? Enfin, que récupère-t-on même si un membre a expressément donné son accord pour utiliser ses données, mais aucun de ses liens de premier niveau ?

Autant de réponses qui nous parviendront d'ici quelques mois.