



Club Cloud
des Partenaires

le Blog

Certifications Cloud: Contrainte ou Opportunité, Must ou Gadget?

[Envoyer par e-mail](#)[BlogThis!](#)[Partager sur Twitter](#)[Partager sur Facebook](#)



Dilbert - Extrait du 10 juin 2012 - Cliquez sur l'image pour accéder à la totalité du Strip.

Les Programmes de **Certification Cloud** fleurissent chez les Fournisseurs...

Les Grossistes à Valeur Ajoutée [VAD] fourbissent leurs "BootCamps" et autres Formations Cloud.

Le "Channel", les Intégrateurs, MSP, ISV et autres partenaires IT, sont désormais harcelés par les "Vendors" et leurs représentants pour qu'ils obtiennent la "Cloud Specialty" ou qu'ils "bénéficient" [moyennant certifications, bien sûr] de leurs "Cloud Partner Programs".

Certifications: Contrainte ou Opportunité?

Le débat fait rage depuis toujours pour les traditionnelles **certifications "produits"**.

Celles-ci sont vécues comme une contrainte ou une opportunité selon leur réelle pertinence pour l'entreprise et/ou pour ses collaborateurs:

Contrainte, si...

- c'est le seul moyen de conserver un statut de "partenaire" ou un droit à la revente du produit
- le contenu des certifications est en décalage avec la "vraie vie" et est donc perçu comme inutile
- il faut les repasser trop souvent, etc...

Opportunité lorsque...

- elles permettent une **véritable différenciation** sur le marché [pour l'entreprise et/ou pour les collaborateurs] ou auprès des équipes du fournisseur
- le **ROI est immédiat**, par exemple sous la forme de vrais leads, d'une vraie collaboration accrue ou de vrais fonds marketing supplémentaires [ou de l'accès à un poste à responsabilité accrue]
- elles font vraiment démarrer ou progresser la **compétence des collaborateurs** [et que l'entreprise pourra les retenir avec une stratégie de croissance dans le domaine visé par les certifications]



En ce qui concerne les certifications transverses telles que les actuelles **certifications, programmes et spécialités Cloud**, posez-vous ces **2 questions** avant de poursuivre:

[1] Le programme de partenariat [Cloud] du fournisseur est-il bien adapté à votre modèle de business?

Certains programmes permettent une adaptation assez fine des **critères** qui permettent d'y accéder et des **bénéfices** qui y sont associés.

C'est le cas, par exemple, de la "[IBM Cloud Computing Specialty](#)" qui adresse **5 modèles de business** très différents dans le Cloud:

- le désormais bien compris [Cloud Builder](#) - terme repris par toute l'industrie pour désigner les spécialistes de la conception et de la mise en oeuvre de Clouds Privés et Hybrides. Les VADs IBM qui soutiennent les Cloud Builders peuvent également accéder à cette spécialité.
- le [Cloud Infrastructure Provider](#) [MSP/CSP, hébergeur/infogéreur centré sur l'IaaS et le PaaS], ainsi que le [Cloud Application Provider](#) [Editeur SaaS]. Ces deux modèles sont différents et IBM pense - à raison d'après moi - qu'il vaut mieux les séparer qu'il les mêler sous l'appellation unique de "Cloud Service Provider" comme le fait Cisco par exemple.
- le [Cloud Services Solution Provider](#) - là, le nom choisi par IBM n'est PAS très heureux d'après moi car (a) il est facile de confondre le modèle avec celui du CSP alors qu'on parle en fait de revendeur/intégrateur de services Cloud - et non de

producteur de ces services! (b) 4 mots, c'est au moins un de trop! L'industrie du Cloud parle plutôt de "Cloud Broker", "Intégrateur [de Services] Cloud", "Revendeur [de Services] Cloud"... et désigne ainsi les sociétés qui vont développer leur valeur ajoutée autour de l'exploitation de services de Cloud Public de type IaaS, PaaS ou SaaS.

- le **Cloud Technology Provider** - éditeur [généralement] qui fournit des technologies [hébergées sur des plateformes IaaS ou PaaS d'IBM, bien sûr!] pour permettre à d'autres acteurs du Cloud d'être plus efficaces.

BUSINESS MODEL	BUSINESS MODEL «CLOUD»	OFFRE
 Fournisseurs de solutions logicielles et/ou matérielles Intégrateurs	Cloud Builder	• Conseil • Conception • Mise en œuvre infrastructures Cloud
 Revendeurs SW Revendeurs Services	Cloud Services Solution Provider	• Distribution • Revente • Intégration de services Cloud
 Hébergeurs, Intégrateurs Grossistes, Intégrateurs	Cloud Infrastructure Provider	• Services IaaS, PaaS • Hébergement Cloud
 Éditeurs Intégrateurs	Cloud Application Provider	• Logiciels SaaS • Services BPaaS
 Fournisseurs d'outils Créateurs d'appliances	Cloud Technology Provider	• Technologies • Outils • Services pour le Cloud

Critères d'accès à la "Cloud Specialty" IBM:

Ils sont plutôt bien adaptés à ces 5 modèles différents. Un **Cloud Builder**, par exemple, devra démontrer que:

- il a des collaborateurs experts des produits matériels et logiciels de la famille SmartCloud Foundation, mais également des spécialistes de la vente et de la mise en œuvre de Clouds privés et hybrides --> Nécessité de Certifications Cloud
- son niveau de partenariat avec IBM se traduit par du revenu associé, tant en matériel qu'en logiciels pertinents pour le Cloud --> Développement des ventes de logiciels Tivoli par exemple.
- un de ses clients au moins a mis en œuvre une infrastructure Cloud avec son aide --> Formalisation d'une référence associée aux capacités/solutions de "Cloud Privé".

Ces critères sont différents de ceux auxquels doivent satisfaire un MSP, un éditeur ou un revendeur SaaS. Retrouvez les détails sur le [site de la Cloud Computing Specialty IBM](#).

Bénéfices associés:

Ils prennent en compte les objectifs poursuivis par le partenaire en fonction de son modèle

de business cible dans le Cloud.

La plupart des partenaires Cloud d'IBM:

- vont générer plus de **leads** et accélérer le cycle de vente grâce à **25K\$ de fonds marketing** associés à la possession de la Cloud Specialty [vous avez dit ROI?]
- vont jouir d'une **reconnaissance** accrue, tant auprès des équipes IBM que des clients et prospects, en exploitant entre autres la "**Cloud Specialty Mark**"

Mais d'autres bénéfices de la Cloud Specialty répondent plus spécifiquement aux besoins du Partenaire.

Un Cloud Builder aura par exemple:

- un accès simplifié à des experts IBM, y compris en provenance des Labs IBM
- un support commercial et technique spécifique pour des projets complexes
- des informations en avant-première sur les annonces et les "roadmaps" produits, etc...

[2] Les Certifications Commerciales et Techniques ont-elles une vraie valeur pour votre entreprise et pour vos collaborateurs?

Au delà de l'intérêt de permettre l'accès au programme Cloud [et donc aux bénéfices associés], les certifications commerciales et techniques seront d'autant plus utiles si elles:

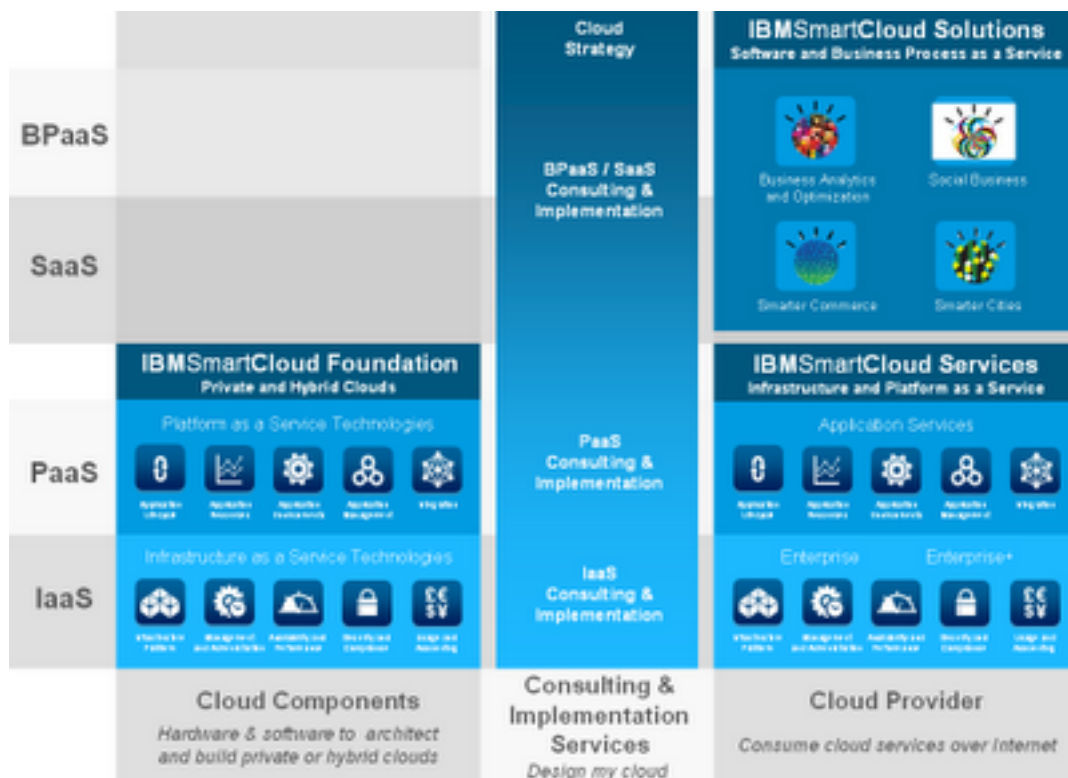
- font effectivement grandir en compétences et en connaissances pertinentes les collaborateurs commerciaux et techniques.
- donnent vraiment confiance aux fournisseurs et aux clients quant à la bonne compréhension des méthodes de vente / de mise en oeuvre et des offres phares

En aidant certains des partenaires IBM à préparer la Cloud Specialty IBM, j'ai eu l'occasion de vérifier la pertinence des 2 certifications Cloud proposées [et requises]:

- [IBM Certified Solution Advisor - Cloud Computing Architecture](#)
- [IBM Certified Solution Architect - Cloud Computing Infrastructure](#)

Ces certifications **forcent les futurs "advisors"**, experts de la vente et de l'avant-vente de solutions Cloud ou les architectes et spécialistes de la mise en oeuvre de clouds privés/hybrides à **acquérir les connaissances** requises et à maîtriser les aspects clés de la réussite de projets Cloud:

- Principes généraux du Cloud [IaaS, PaaS, SaaS, BPaaS - Cloud Privé, Cloud Privé Hébergé, Cloud Hybride, Cloud Public - caractéristiques d'un Service Cloud, etc...]
- Architectures de référence [eg CCRA - Cloud Computing Reference Architecture]
- Structuration et composantes de l'[offre Cloud IBM](#) [SmartCloud Foundation, SmartCloud Services, SmartCloud Solutions]
- Modalités de conception, mise en oeuvre et gestion d'une solution Cloud, etc...



Certification Cloud: Must ou Gadget?

Pour moi qui suis l'évolution du marché et de l'écosystème Cloud depuis plusieurs années, c'est vraiment le bon moment pour accélérer le développement de vos compétences cloud et pour **choisir vos partenaires technologiques et business majeurs**:

- le Cloud n'est clairement **pas un gadget**, pas plus que les compétences associées aux certifications:
- le Cloud influence même les décisions pour des projets dont il semble absent
- tous les grands acteurs ont désormais fait leur **"coming out" Cloud** et présenté leur stratégie et leurs programmes de partenariat Cloud
- certains de vos confrères ont "essayé les plâtres" avant vous, mais vous ne voulez certainement pas vous retrouver parmi les simples suiveurs
- **vous pouvez encore faire partie des premiers à exploiter une certification Cloud et à être reconnu par votre partenaire majeur [IBM?]**

Partenaires IBM, contactez-nous pour bâtir votre plan d'accès à la [Cloud Computing Specialty IBM](#)

- Mon collègue **Jean-Pierre Descamps** - descamp@fr.ibm.com - de notre entité IDR [ISV and Developer Relations] accompagne les Editeurs vers la voie du Cloud Application Provider et les MSP vers celle du Cloud Infrastructure Provider. Il est également le point de contact des Cloud Technology Providers.
- Quant à moi, **Loïc Simon**, je peux préparer et assister les Cloud Builders et les

Cloud Services Solution Providers à obtenir la Cloud Specialty.

Profitez de l'été qui arrive pour finaliser votre Cloud Computing Specialty et l'annoncer à la rentrée!



Loic Simon

Business Development - Partenaires Cloud

www.clubcloud.blogspot.com

loic_simon@fr.ibm.com

+33 6 76 75 40 71

Inbound Marketing - 6 raisons d'investir dans vos propres Blogs!



Vous désirez sans doute profiter de l'effet de levier de l'**Inbound Marketing** [Marketing d'attraction], du **Content Marketing**, du **Social Media Marketing**, du **Paid Owned Earned [POE]** ou de toute autre forme de **Marketing 2.0**.

Voici mon point de vue sur l'**exploitation de Blogs en propre** par les équipes

ventes/marketing/bizdev/techniques des différentes entités de votre entreprise, et ce notamment en environnement B2B.

Pour commencer:

6 [mauvaises] raisons pour écarter les [owned] Blogs d'une démarche d'Inbound Marketing:

1. Les Blogs, c'est quelque chose de personnel [et non "corporate"]. C'est donc à chaque collaborateur de décider de bloguer, mais pas à nous, Marketing/Communication...
2. Les Blogs, ça prend du temps. Nos équipes Marketing se réduisent. Nous n'avons donc pas le temps d'exploiter des Blogs.
3. Nous avons beaucoup de mal à mobiliser des Experts pour écrire des articles. Le contenu des Blogs serait donc trop pauvre.
4. Nous préférons nous concentrer sur la création de contenus marketing et publicitaires que nous postons sur nos sites corporate et dont nous faisons la promotion au travers de Twitter, Facebook, LinkedIn afin d'obtenir des RT et autres relais de type "Earned".
5. Les blogueurs externes ont bien plus d'abonnés et de crédibilité que nos propres Blogs. Il suffit qu'ils relaient nos contenus ou écrivent des articles sur nous et nous aurons plein de trafic sur nos Landing Pages corporate.
6. Les Blogs, c'est du passé. Twitter and Facebook sont bien plus à la mode!

Je pourrais réfuter ces arguments qui sont clairement le fruit d'une méconnaissance des mécanismes de l'Inbound Marketing [domaine en fait peu connu par nos équipes Marketing traditionnelles!], mais voici plutôt:

6 bonnes raisons de mettre vos propres Blogs au coeur de votre stratégie Paid Owned Earned:

1. Les Blogs génèrent des **Contenus** variés, ce qui est au coeur d'une démarche POE
2. Les Contenus créent des opportunités de **partage** au travers des autres médias POE, dont Twitter, LinkedIn, Viadeo... et de relais par les autres blogueurs influents [Earned].
3. Les Contenus partagés créent de la **visibilité** [de manière naturelle, organique, dans les moteurs de recherche] et de la **crédibilité** [les blogueurs créent la perception de "thought leadership"],
4. Les Contenus visibles et crédibles permettent aux prospects de vous contacter [**inbound marketing**], mais aussi, avant, de nourrir leur réflexion [meilleur nurturing] et de réduire leur cycles d'achat et de vente.
5. Blogs et **Evènements** sont complémentaires et se renforcent mutuellement. En effet, les évènements créent du contenu [eg descriptifs d'ateliers et présentations postées dans Slideshare et intégrées dans des Blogs], et les Blogs créent du trafic pour les évènements. Bénéfice complémentaire, un Blog exploité conjointement avec

Slideshare permet de mettre très rapidement des présentations à disposition des participants à une manifestation.

6. Les **Experts** sont nombreux et beaucoup d'entre-eux disposent de contenus variés, au delà des seuls points de vue originaux: Présentations existantes ou créées pour un évènement [à poster bien sûr sur Slideshare], relais d'articles issus de leur veille/curation, annonces de réunions et autres évènements liés à leur domaine...

Je peux témoigner de l'intérêt des Blogs propres en environnement B2B:

Ma propre expérience d'animateur du **Club Alliances** [éditeurs SaaS] et du [Club Cloud des Partenaires](#) [fournisseurs et partenaires Cloud] m'a montré la puissance de l'intégration de Blogs au coeur de ce que Marketor et moi avons appelé depuis plusieurs années maintenant une "Infrastructure Marketing 2.0".

[2012.06.17 - Owned Blogs - Club Cloud des Partenaires - Loic Simon](#)

View more [PowerPoint](#) from [Club Cloud des Partenaires](#)

Alors, prêts à démarrer et à nourrir votre/vos propre(s) blog(s)?



Loic Simon

Cloud Channel Development Executive - IBM

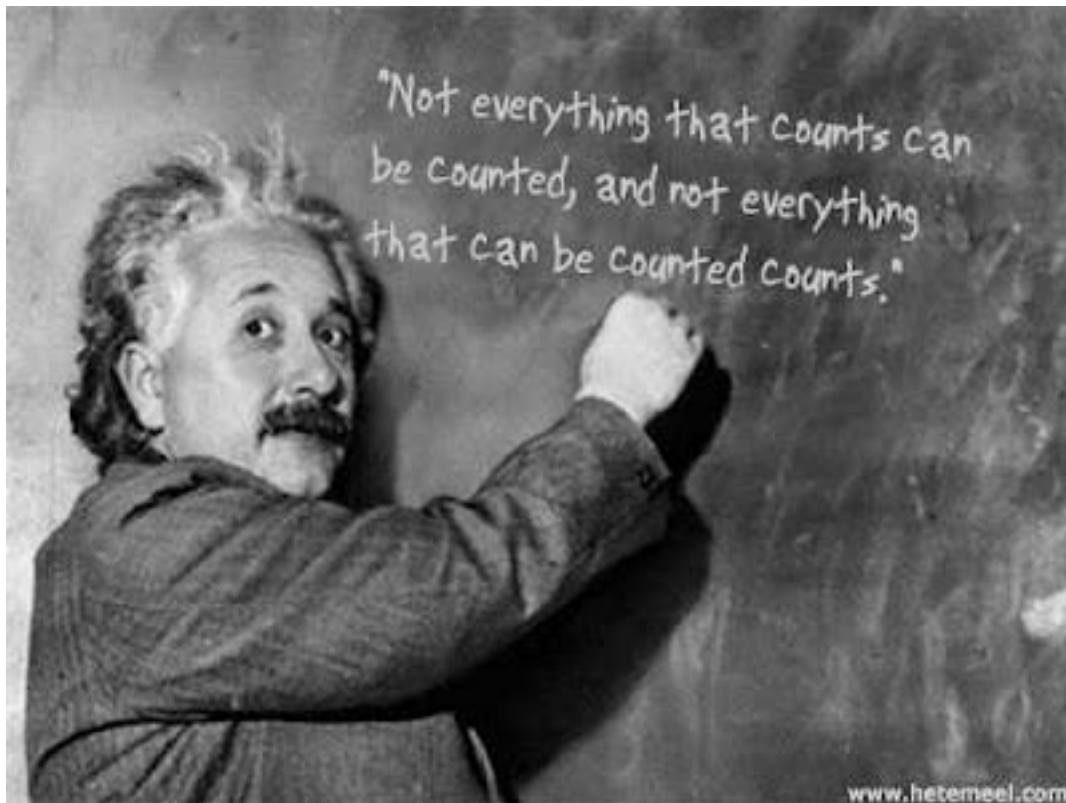
www.clubcloud.blogspot.com

loic_simon@fr.ibm.com

+33 6 76 75 40 71

Marché et Tendances du Cloud vus par des Analystes et par IBM.

[Envoyer par e-mail](#)[BlogThis!](#)[Partager sur Twitter](#)[Partager sur Facebook](#)



Voici une collection de slides qui peuvent vous être utiles lorsque vous présentez vos activités Cloud à vos clients, prospects, collaborateurs ou partenaires.

Ils présentent les points de vue de certains analystes [notamment Gartner et Saugatuck Technology] et d'IBM [études de l'Institute for Business Value...]

Je les ai laissés "en vrac", au format powerpoint afin que vous puissiez choisir ceux que vous préférez pour les modifier/intégrer dans vos propres présentations !

Si vous ne savez toujours pas comment récupérer une présentation powerpoint sur Slideshare [il suffit que vous ayez un compte Slideshare, de préférence au nom de votre société, ce qui est un MUST pour tout partenaire Cloud d'IBM !], demandez-moi de vous l'envoyer par email : loic_simon@fr.ibm.com !!!

Je vous rappelle aussi que vous pouvez vous abonner aux ["flux RSS" issu de la veille et de la curation "Cloud"](#) que je réalise quasi quotidiennement.

[2012.06.07 - Marché et tendances du Cloud vus par des analystes et par IBM](#)

View more [PowerPoint](#) from [Club Cloud des Partenaires](#)

Ecosystème des Partenaires Cloud IBM

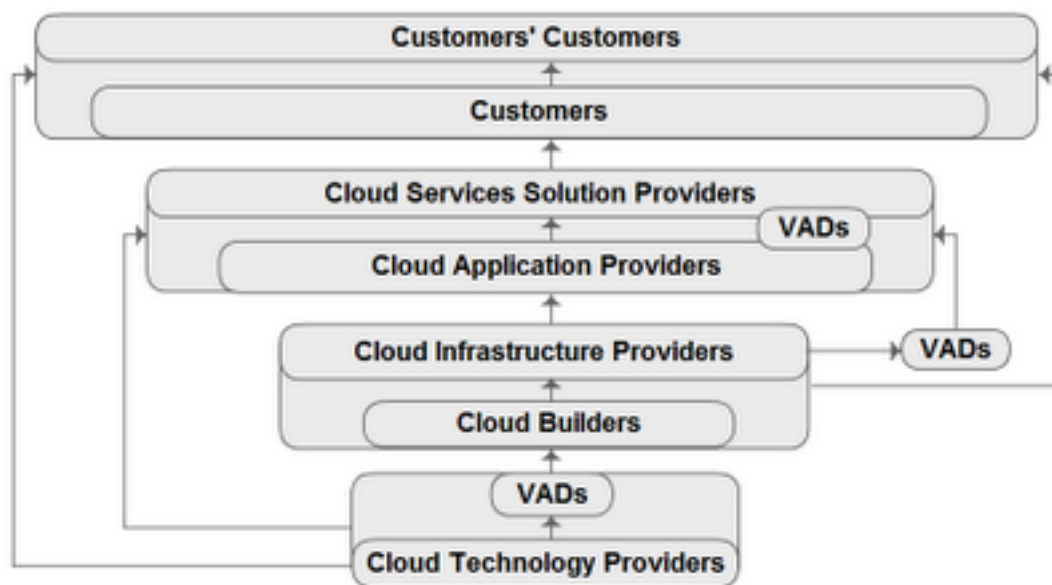
- Qui vend quoi à qui?

[Envoyer par e-mail](#)[Blog This!](#)[Partager sur Twitter](#)[Partager sur Facebook](#)

Je rencontre beaucoup de partenaires Cloud actuels et futurs d'IBM et je les aide souvent à définir et formaliser leur position et leur rôle dans l'écosystème Cloud [voir ma proposition de [Cloud Business Workshop](#)]

Je suis donc souvent amené à positionner les [différents modèles de business Cloud](#) que peuvent embrasser nos partenaires.

Qui vend quoi à qui, par quel canal?



Voici ma synthèse des relations "fournisseurs - clients" qui s'établissent au sein de [l'écosystème des partenaires Cloud d'IBM](#).

J'ai également intégré des notions de "routes to market", de "canaux de distribution", en précisant notamment les domaines où pourront agir les VADs [Value Added Distributors, grossistes "valeur"], voire les VODs [Volume Distributors, "Broadliners", Grossistes "volume"].

Les [Cloud Technology Providers](#)...

...passent ou non par des VADs pour proposer leurs technologies [logiciels, appliances, matériels...] à :

- des Cloud Builders, qui intégreront [et souvent assureront la revente de] ces technologies dans les infrastructures Cloud qu'ils mettront en oeuvre pour le compte de leurs clients.
- des Cloud Infrastructure Providers qui les exploiteront pour mettre en oeuvre, développer, délivrer, améliorer... leurs services Cloud de type IaaS et/ou PaaS
- des Cloud Application Providers qui utiliseront ces technologies pour bâtir et/ou délivrer leurs services SaaS et/ou BPaaS

- des Cloud Services Solution Providers qui en exploiteront certaines pour mieux délivrer et agréger des services de Cloud Public, qu'ils soient IaaS, PaaS ou SaaS
- des Clients Finaux

Les Cloud Builders...

...apportent typiquement leurs services de mise en oeuvre, voire d'infogérance d'infrastructures Cloud à:

- des Clients Finaux qui désirent mettre en oeuvre des Clouds privés, mais aussi des Clouds communautaires ou des Clouds publics qu'ils destinent à leurs propres Clients
- des Cloud Infrastructure Providers.

Les Cloud Infrastructure Providers...

...proposent leurs plateformes et services IaaS et/ou PaaS à:

- des Cloud Application Providers qui se procurent ces services, soit directement auprès du Cloud Infrastructure Provider, soit au travers d'un distributeur [qui joue souvent le rôle d'agrégateur de services Cloud] et les exploitent pour construire et délivrer leurs solutions SaaS et/ou BPaaS.
- des Clients Finaux qui vont exploiter des services IaaS et/ou PaaS en les achetant directement au Cloud Infrastructure Provider ou en s'appuyant sur un Cloud Services Solution Provider spécialisé dans le "brokerage" et/ou l'intégration de services Cloud dans ses propres solutions.

Les Cloud Application Providers...

...proposent leurs services SaaS et/ou BPaaS à:

- des Clients Finaux lorsqu'ils vendent en direct, sans passer par des intégrateurs business
- en passant ou non par un VAD, des Cloud Services Solution Providers [voire d'autres Application Providers] qui revendent et/ou intègrent ces services dans leurs propres solutions.

Les Cloud Services Solution Providers...

... revendent, agrègent ou intègrent des services IaaS, PaaS et/ou SaaS qu'ils proposent, généralement dans le cadre de leurs propres services et/ou solutions, à:

- des Clients Finaux [voire des Application Providers] qui les utilisent comme intégrateurs de services Cloud [business ou infrastructures], des Cloud brokers, des "trusted advisors" [eg DSI externalisés], des prestataires de BPaaS [Business Process as a Service]...

Les Clients...

... ne sont pas toujours vraiment finaux et peuvent devenir eux-mêmes des Cloud Providers [IaaS, PaaS, SaaS et surtout BPaaS] pour leur propre écosystème, leurs propres unités, leurs propres clients!

Et ce n'est pas tout!



Je n'ai pas fait figurer dans ce panorama les Consultants, les "Vertical Channels", etc...
Nous en reparlerons une autre fois!

Réservez votre journée du 11 mai!

Nous préparons un [9ème Forum du Club Cloud des Partenaires](#) qui vous permettra, comme d'habitude, de:

- partager expertise expérience avec vos pairs et avec des experts
- mieux connaître l'offre Cloud d'IBM et de ses partenaires
- trouver des clients et partenaires au sein de l'écosystème Cloud.



A bientôt!



Loic Simon

Business Development - Partenaires Cloud

+33 6 76 75 40 71

www.club-cloud.com

loic_simon@fr.ibm.com

Cloud Business Workshop avec IBM - Dédié à votre Société - Pour partager Expérience et Expertise, décider et agir.

[Envoyer par e-mail](#)[Blog This!](#)[Partager sur Twitter](#)[Partager sur Facebook](#)



Vous désirez développer un Business Cloud... avec IBM

- Vous voulez choisir le(s) bon(s) modèle(s) de business cible(s) sur les marchés du Cloud.
- Avec IBM, vous voulez formaliser une stratégie et un plan d'action concrets pour démarrer ou accélérer votre Business.

Planifiez avec nous un "Cloud Business Workshop" pour les Dirigeants de votre Société

D'une durée de 4h environ, cet atelier de travail est dédié à une seule société à la fois. Il est proposé aux partenaires d'IBM actuels ou potentiels qui sont jugés

pertinents/importants par:

- les équipes régionales d'IBM [BPO, Mid Market, IDR, SWG, STG, GTS, etc...]
- un des VADs Cloud d'IBM [Arrow ECS, BestWare, Frame, Azlan TD, ETC]
- et/ou les responsables du développement du Business Cloud d'IBM au travers des Partenaires

Il réunit

- les Dirigeants de votre société [dans tous les domaines: stratégie, ventes, technique, marketing, etc...]
- un ou plusieurs experts Cloud d'IBM [partenariats et offres]
- [facultativement], vos interlocuteurs habituels d'IBM et/ou d'un de nos VADs

Il est animé par moi-même par l'un de mes collègues

Objectifs du Cloud Business Workshop:

En réunissant les principaux dirigeants de votre société autour du thème du Cloud, dans le cadre d'un workshop structuré et conduit par un consultant spécialisé, vous pourrez:

- Partager expérience et expertise pour définir une stratégie Cloud pertinente pour VOUS
- Vous permettre d'avoir une vision claire de votre position à court et moyen terme dans l'écosystème Cloud.
- Mieux connaître la position et l'offre d'IBM dans le Cloud, mais aussi positionner votre activité Cloud chez IBM.
- Formaliser un plan d'action concret - avec IBM et/ou votre VAD principal - pour avancer efficacement dans la bonne direction.



Agenda typique d'un Cloud Business Workshop:

Première partie - 2 heures:

- Tour de table, objectifs du workshop

- Présentation de votre activité, de vos objectifs et de votre vision du Business Cloud
- Présentation de la position et de l'offre d'IBM sur/dans le Cloud - retour d'expérience
- Démonstration [facultative] du Cloud au travers de SmartCloud Enterprise
- Présentation/Discussion des différents modèles de Business Cloud généralement visés par les partenaires Cloud d'IBM
- Définition de votre/vos modèle(s) de Business Cloud à court et moyen terme

Deuxième partie - 2 heures:

- Pause
- Formalisation de vos objectifs et de votre stratégie Cloud [offre/cible] - avec IBM
- Synthèse des technologies, services et solutions Cloud IBM pertinents pour vous - moyens et supports IBM, VAD et autres disponibles
- Plan d'action concret pour le développement de votre business Cloud avec IBM, votre/vos VAD(s) et autres partenaires.
- Tour de table de synthèse du workshop - prochaines étapes

Comme le workshop est dédié à votre société, nous pouvons bien sûr personnaliser l'agenda en fonction de votre situation, de vos besoins et de vos objectifs [ou de ceux d'IBM/votre VAD]



Logistique du Cloud Business Workshop:

- Vous envoyez à l'animateur les emails des participants au workshop
- L'animateur envoie une invitation au workshop dans laquelle il fournit un numéro de téléconférence et une URL d'accès à la webconférence [utilisation de SmartCloud for Social Business, ex LotusLive pour partage de l'écran de l'animateur]
- Vous réunissez vos Dirigeants [business, commercial, technique...] accompagnés de vos éventuels experts Cloud dans une salle munie d'un bon téléphone pour la téléconférence et d'un vidéoprojecteur/écran sur lequel vous branchez un ordinateur connecté sur Internet
- A l'heure de démarrage du workshop indiquée dans l'invitation, vous joignez la téléconférence et la webconférence pour partage de l'écran de l'animateur [qui est généralement à distance]
- Les participants qui ne sont pas dans la salle rejoignent également individuellement la téléconférence et la webconférence
- L'animateur montre son écran sur lequel il prend des notes en temps réel [visibles par tous, ce qui favorise l'interaction à distance], exploite des pages web, fait (ou fait

faire) des démonstrations et montre des slides utiles.

Bien entendu, si vous êtes en région parisienne, nous pouvons également dérouler ce Cloud Business Workshop chez IBM à Bois-Colombes.

L'animateur peut également se déplacer chez vous si c'est la meilleure solution.

Dans ces 2 cas, et du fait des échanges plus "conviviaux", nous prévoyons 5 heures plutôt que 4!

Planification d'un Cloud Business Workshop

Pour demander l'organisation de ce workshop, contactez indifféremment [avec la référence à cet article!]

- votre interlocuteur VAD habituel [si c'est l'un de nos VADs Cloud, Arrow ECS, Best'Ware, Frame, ETC ou Azlan]
- votre interlocuteur VAD pour le Cloud [eg Patrice Fontaine chez Arrow ECS, Marie-Paule Lopez chez Best'Ware...]
- votre interlocuteur IBM BPO, SWG, Mid Market... habituel [si vous en avez un]
- votre "Cloud Advocate" chez IBM [si vous le connaissez!]
- votre interlocuteur "MSP" national [Florence Marcel]
- votre interlocuteur "IDR - Cloud" national [Jean-Pierre Descamps]
- moi-même

Après un court RV téléphonique, nous validerons l'opportunité d'un tel workshop et en définirons la date cible.

A bientôt!



Loic Simon

Business Development - Partenaires Cloud

+33 6 76 75 40 71

www.club-cloud.com

loic_simon@fr.ibm.com

Partenaires Cloud IBM : mes 6 plus 6 prédictions pour 2012 - Loic Simon, Club Cloud des Partenaires.

[Envoyer par e-mail](#)[BlogThis!](#)[Partager sur Twitter](#)[Partager sur Facebook](#)



Dans mon précédent billet, je suis revenu sur mes [prédictions "Tsunami Cloud" pour 2011](#). La trêve des confiseurs étant un moment idéal pour penser à l'année qui vient, voici mes **6 plus 6 prédictions 2012 pour les Partenaires Cloud d'IBM**.

2011 a été l'année du "Coming Out" Cloud des principaux Partenaires Infrastructures d'IBM

Poussés par leurs fournisseurs, leurs clients et/ou les annonces de leurs confrères, la plupart des intégrateurs d'infrastructure, des distributeurs et des infogéars que je côtoie ont formalisé une stratégie Cloud et l'ont plus ou moins annoncée et/ou démarrée en 2011.

2012 ne sera PAS encore l'année où...

1. IBM et ses Partenaires n'auront plus besoin d'experts Cloud dédiés pour (a) assister/remplacer leurs commerciaux et architectes à (b) laisser ces derniers continuer à faire du business plus "traditionnel".
2. Les plans de commissions pousseront les équipes commerciales à proposer en priorité des solutions Cloud "as a service".
3. Les hébergeurs, infogéars et autres MSP [Managed Service Providers] seront devenus de vrais "[Cloud Infrastructure Providers](#)".
4. La concurrence des "Pure Players" du Cloud forcera tous les distributeurs, intégrateurs et revendeurs régionaux à concrétiser une véritable stratégie de [migration de leur modèle de business vers le Cloud](#).
5. IBM Software s'organisera pour vraiment pousser ses partenaires à exploiter ses offres de logiciels d'infrastructure en mode as a service [PaaS, SaaS]... au delà de la seule proposition de [contrat ASL](#).
6. IBM GTS [Global Technology Services] privilégiera le canal indirect pour la vente et la co-délivrance de services Cloud tels que [SmartCloud Enterprise](#) ou [SmartCloud Application Services](#).

Par contre, en 2012...

1. La généralisation du SaaS chez tous les éditeurs (a) entraînera la croissance d'intégrateurs et de revendeurs cloud de type "Pure Players" et (b) poussera les acteurs existants à mettre de plus en plus de solutions SaaS à leur catalogue.
2. Les gros intégrateurs d'infrastructures "achèteront" les compétences Cloud qui leur manquent pour accélérer leur migration vers un modèle de business Cloud... sans trop cannibaliser leurs activités existantes.
3. Tous les Distributeurs et VADs proposeront (a) des produits et des services pour les [Cloud Builders](#), (b) des services IaaS, PaaS et SaaS qu'ils agrégeront. Bien que centrés avant tout sur des services de large diffusion, certains testeront la mise à leur catalogue de [logiciels métiers en mode SaaS](#).
4. Toutes les annonces importantes d'IBM auront une dimension "Cloud" de type [SmartCloud Foundation](#), [SmartCloud Services](#) ou [SmartCloud Solutions](#). Les offres matérielles [serveurs, stockage...] seront repensées et rebrandées cloud.
5. Le mot "Cloud" remplacera progressivement "virtualisation", "consolidation", "hébergement"... dans les descriptions d'opportunités d'affaires partagées entre IBM et ses partenaires.
6. IBM Software déploiera progressivement des "[SmartCloud Solutions](#)" issues majoritairement de ses [acquisitions récentes](#). Ouvertes aux intégrateurs fonctionnels spécialistes du domaine, ces solutions Social Business, Smarter Commerce, Smarter City, Business Analytics, Big Data, etc... sont autant de "workloads" qui contribueront à la démocratisation du Cloud par les usages métier.

Et vous, quelles sont VOS prédictions pour les Partenaires Cloud en 2012?



Loic Simon

Business Development - Partenaires Cloud

www.club-cloud.com

loic_simon@fr.ibm.com

+33 6 76 75 40 71

Tsunami SaaS et Cloud - Retour sur mes 6 plus 6 prédictions pour 2011 [Loic Simon]

[Envoyer par e-mail](#)[BlogThis!](#)[Partager sur Twitter](#)[Partager sur Facebook](#)



Nous procédons progressivement au repositionnement des sites et blogs du [Club Alliances](#) [désormais tournés vers les clients finaux] et à la structuration de ceux du [Club Cloud des Partenaires](#) [qui s'adressent à l'écosystème des fournisseurs Cloud partenaires d'IBM].

J'en profite pour reprendre certains articles de fond publiés dans le cadre du Club Alliances pour les partager sur ce [Blog du Club Cloud des Partenaires](#).

Comme la fin d'année approche, je revisite mes prévisions pour 2011, faites fin décembre 2010. Ma position d'animateur du [Club Alliances](#) me permettait déjà d'anticiper une certaine évolution de l'**écosystème SaaS et Cloud** français.

En rouge [mauvaises prédictions] et en vert [bonnes?], voici mes commentaires sur mes "6 plus 6" prédictions pour cette année 2011:

2011 ne sera pas encore l'année où...

1. La majorité des intégrateurs d'infrastructures, des revendeurs, des VARS, des grossistes et de leurs "Channel Account Managers" deviendront des experts du Cloud! --> La majorité font leur "coming out " Cloud cette année, mais sont loin d'être devenus des experts!
2. Les questions de sécurité, de confidentialité et de "compliance" ne seront plus l'objection tarte à la crème des vendeurs et, par ricochet, de leurs clients. --> Yep, toujours là, la tarte.
3. Les offres "[Canada Dry](#)" et "[Cloud Washing](#)" seront toutes remplacées par de vrais services Cloud partagés, multi-locataires, élastiques, self-service, payés à l'usage, accessibles par internet au travers d'interfaces utilisateur standards et dotés d'API ouverts! --> Le Cloud Canada Dry coule à flot, notamment chez les "Hébergeurs/Infogéreurs" [qui mettent le terme "Cloud" derrière leurs offres traditionnelles d'infogérance et d'externalisation d'infrastructures]. Les constructeurs, dont IBM repackagent et renomment leurs produits avec le mot "Cloud" dedans [mais là, le "Cloud Washing" est pertinent car ces produits sont effectivement des

["fondations" pour le Cloud\]](#)

4. Les départements Marketing auront pris la mesure de la vraie valeur du SaaS et du Cloud pour le Business et la partageront au travers de réseaux et médias sociaux!
--> Voir mes [prédictions Marketing pour 2011](#), elles sont "spot on"...
5. Les ateliers sur "Le Cloud Computing pour les N...ouveaux" ou "le Business Model SaaS" ne seront plus au programme du 6ème Forum SaaS et Cloud IBM [9 février !]
--> ... ni même du [8ème Forum du Club Cloud des Partenaires](#), le 22 novembre!
6. [Le Club Alliances](#) verra sa mission d'incubateur SaaS et Cloud devenir obsolète! --> les Editeurs sont désormais en grande majorité tournés vers le SaaS, mais, au travers du [Club Cloud des Partenaires](#), nous continuons notre mission d'incubation pour l'ensemble de l'Ecosystème Cloud, dont les intégrateurs, les revendeurs, les SSII, les hébergeurs, les VADs...

Par contre, dans le Tsunami SaaS et Cloud 2011,

1. SaaS et ERP seront liés dans beaucoup plus de communiqués de presse, de présentations, d'articles, de blogs... Suivez l'actualité Cloud de SAP [à l'évidence], de Sage, d'Infor, de Lawson, de Cegid, de Microsoft et d'une myriade d'autres éditeurs et intégrateurs ERP! --> Clairement, la voie de l'ERP en SaaS/Cloud est toute tracée, et tant les "pure players" tels que NetSuite et Workday que les "incumbent ISV" tels que Infor [qui a racheté Lawson], SAP ou Microsoft commencent à jouer des coudes. Suivez [@SLaaS sur Twitter](#) ou le blog de [SaaS-Guru](#) pour suivre l'actualité de l'ERP et des Solutions métier en mode SaaS/Cloud
2. **PaaS** [Platform as a Service] sera LE champ de bataille d'un grand nombre de fournisseurs Cloud! --> En fait, ça a démarré [voir les [annonces d'IBM du 12 octobre](#)], mais ce ne sera vraiment LE champ de bataille que en 2012.
3. **BPaaS** [Business Process as a Service], Information as a Service, Content as a Service, Data as a Service et autres "Cloud Business Services" feront émerger de nouveaux [Canaux Verticaux](#) dont la proposition de valeur "business" bouleversera les positions établies! --> Un peu plus lent que prévu.
4. Poussés par les fournisseurs, les consultants et leurs Directions Générales, les DSI vont vraiment commencer à déployer des services Cloud et expérimenteront, souvent dans la douleur, le véritable Tsunami du Cloud Computing pour les Services Informatiques : **L'industrialisation!** --> Connaissons-nous encore un DSI digne de ce nom qui n'engage pas au moins un pilote, un POC... Cloud ? [en fait, je n'ai pas encore de "chiffres" pour en être totalement sûr!]
5. IBM fera son vrai "Coming Out" Cloud en direction du Mid Market et de ses [partenaires commerciaux](#), avec des [Services et composants Cloud](#) "Channel Ready" et de plus en plus de communication ou d'[initiatives co-marketing](#) orientées Cloud!
--> Vous en doutez ? Allez sur le blog que j'ai créé pour le "[Catalogue du Club Cloud des Partenaires](#)", venez au "[Forum du Club Cloud de Partenaires](#)" le 22 novembre, dans le cadre de [Partner VIP](#)!
6. [Le Club Alliances](#) continuera de s'adapter et d'attirer les éditeurs désireux de développer leur business SaaS "powered by IBM", mais aussi de plus en plus d'intégrateurs et de VARS à la recherche d'un modèle de business SaaS / Cloud

profitable! --> A tel point que nous avons créé le [Club Cloud des Partenaires](http://www.club-cloud.com) pour accueillir l'ensemble de l'écosystème Cloud [en repositionnant les outils web du Club Alliances vers les clients finaux.]

Alors, quelles sont vos réflexions sur l'évolution 2011 du "Tsunami" SaaS et Cloud ?



Loic Simon

Business Development - Partenaires Cloud

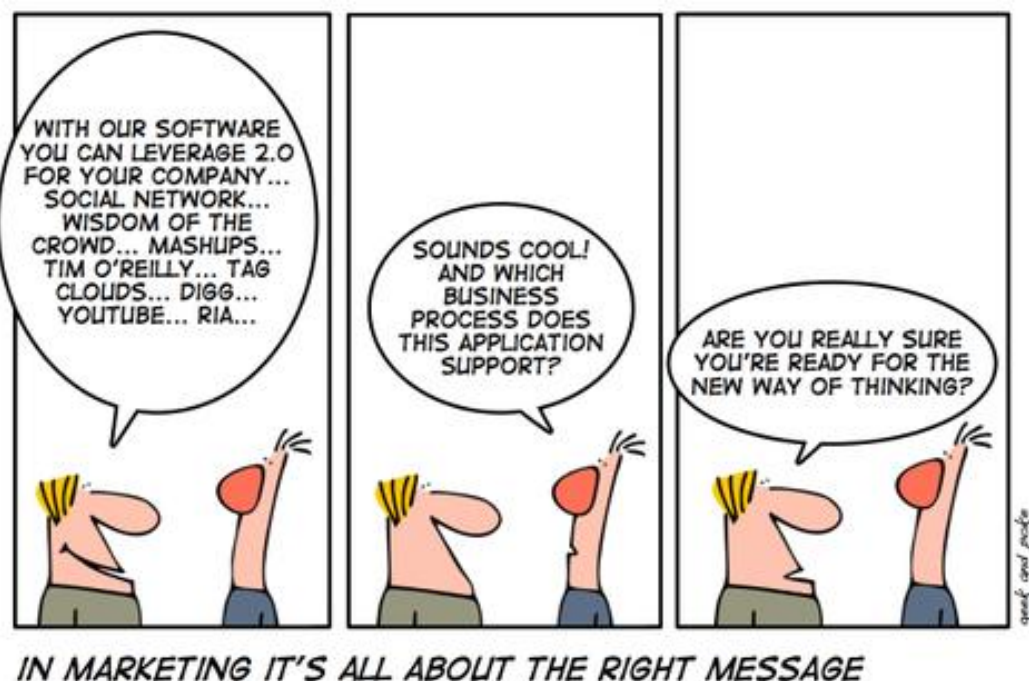
www.club-cloud.com

loic_simon@fr.ibm.com

+33 6 76 75 40 71

Channel Marketing SaaS et Cloud : Mes 6 plus 6 prédictions [2011, France, Loic Simon]

[Envoyer par e-mail](#)[Blog This!](#)[Partager sur Twitter](#)[Partager sur Facebook](#)



Reprise d'un article du [Blog du Club Alliances](#).

Nous procédons progressivement au repositionnement des sites et blogs du [Club Alliances](http://www.club-alliances.com)

[désormais tournés vers les clients finaux] et à la structuration de ceux du [Club Cloud des Partenaires](#) [qui s'adressent à l'écosystème des fournisseurs Cloud partenaires d'IBM].

J'en profite pour reprendre certains articles de fond publiés dans le cadre du Club Alliances pour les partager sur ce [Blog du Club Cloud des Partenaires](#).

Voici ce qu'ont été mes **plus 6 prédictions** [2011] pour le "**Channel Marketing**" sur le marché français du SaaS et du Cloud [article initialement publié fin 2010]

En ce mois de novembre 2011, je les trouve vraiment tout à fait "spot on" comme diraient nos amis américains [\[get english version of this article by clicking here\]](#).

Je n'en modifie donc pas une seule ligne. **Lisez et agissez !**

6 Ratés!

En 2011, de nombreux fournisseurs et leurs partenaires continueront à:

1. **Refuser de co-financer des actions mutualisées de Marketing d'attraction** [Inbound Marketing], sous le prétexte fallacieux que ces tactiques ne permettent ni focalisation sur la génération de leads, ni ROI avéré, alors qu'en fait cela démontre souvent une méconnaissance des médias et réseaux sociaux par de nombreux responsables marketing IT!
2. Allouer **la majorité du budget au télémarketing et aux évènements clients**, et ce malgré des retours en continuelle diminution et un taux de "**no show**" qui monte en flèche!
3. Ne pas investir dans **Facebook** [vu à tort comme relevant de la seule sphère privée et du B2C] ni dans [Twitter](#) [jugé comme ayant un impact en France trop limité]!
4. Proposer aux partenaires et aux prospects de visiter des sites webs sans intérêt et de **remplir des formulaires inquisiteurs** pour avoir le privilège d'accéder à des documents promotionnels [livres blancs écrits par la comm., brochures produits, présentations PDF...]
5. Convertir en **PDF** des présentations **Powerpoint** au look ringard, assorties de mentions omniprésentes de copyright pour prévenir toute **réutilisation, remix, partage** et bouche à oreille viral [en oubliant bien sûr de les rendre accessibles et téléchargeables sur [Slideshare](#) ou [Scribd](#) : Ce serait trop pratique pour les partenaires et les clients et trop utile pour le référencement par les moteurs de recherche]!
6. Penser que la création d'articles de [Blog](#), le partage de contenus pertinents [[curation](#)] et la participation à des groupes/hubs [LinkedIn/Viadeo](#) ne sont qu'une perte de temps... et ainsi, continuer à avoir du mal à produire ces articles d'experts si nécessaires à leur visibilité et à leur crédibilité!

6 Bravos!

En 2011, des fournisseurs SaaS/Cloud innovants et leurs partenaires commerciaux commenceront à:

1. **Former** leurs collaborateurs et leurs partenaires à bien exploiter les **Medias Sociaux** et le **Social CRM**.
2. Exploiter les outils du **Web 2.0** et du [Marketing 2.0](#) plutôt qu'expliquer à nouveau qu'ils sont en train de revoir leur site web [démarrer un Blog, participer à des groupes LinkedIn, engager partenaires et clients au travers de Twitter... autour des problématiques business adressées par leurs services?]
3. Comprendre l'importance de la production et du partage de **contenus d'experts** et l'intérêt de la **collaboration avec les clients** [publier des documents sans copyright, encourager les partenaires et clients à contribuer et à produire du contenu pour leurs pairs...]
4. Utiliser eux-même le **SaaS et le Cloud** pour gérer leur **PRM**, leur marketing Channel et la collaboration entre leurs partenaires.
5. Accepter le fait que leurs fournisseurs et/ou partenaires sont indépendants et loyaux uniquement en fonction du contexte et développer la **collaboration avec des coopétiteurs pertinents**, [aider par exemple des partenaires à collaborer avec d'autres, y compris si ces derniers sont associés à des fournisseurs concurrents!].
6. **Combiner des tactiques "offline" et "online"**, en exploitant par exemple des manifestations de réseautage physiques [cf le [Forum SaaS et Cloud IBM](#)] doublées d'événements virtuels, ou encore en développant la pratique du "Community Management" sans la limiter aux activités en ligne.

Quelles sont VOS réactions à propos de ces "prédictions" pour le Channel Marketing SaaS et Cloud en 2011 ?

Bonne fin d'année, [Pieds sur Terre. Tête au dessus des Nuages!](#)



Loic Simon

Business Development - Partenaires Cloud IBM

www.club-cloud.com

loic_simon@fr.ibm.com

+33 6 76 75 40 71

Club Alliances, Club Cloud des Partenaires, IBM Cloud...

[Envoyer par e-mail](#)[BlogThis!](#)[Partager sur Twitter](#)[Partager sur Facebook](#)

Clarifications sur le Club Alliances et le Club Cloud des Partenaires.

[1] Le [Club Alliances](#) est un précurseur du SaaS...

Il y a près de 4 ans que nous avons démarré le Club Alliances avec la conviction que les **"Solutions as a Service"** allaient devenir un modèle majeur de délivrance de **solutions métiers**.



Dès le début, nous avons fait l'évangélisation du **SaaS** et du BPO [Business Process Outsourcing, remplacé par la suite dans nos communications par **BPaaS** - Business Process as a Service].

... qui réunit des Editeurs Métiers...

Dès notre premier Forum du Club Alliances en avril 2008, nous avons réuni des éditeurs, des intégrateurs fonctionnels et des experts métiers dans des **"Clubs Métiers"**. Notre objectif était déjà d'allier compétences et ressources pour formaliser, promouvoir et mettre en oeuvre des **solutions métiers** adaptées à une fonction [[ressources humaines](#), [administration - finance - achats](#), [vente et marketing](#)...] ou à un secteur [[banque](#), industrie, santé, distribution...].

... pour les aider à démarrer/développer leur business SaaS...

Les Experts "Bizdev" du Club Alliances tels que IBM, [Marketer](#), Aspaway, ESDI, PAD, Lemon Operations, I2Partner, etc..., accompagnent les éditeurs dans la migration [pas facile] de leur modèle de business vers le SaaS, voire le BPaaS.

... et leur fournir des plateformes d'hébergement/infogérance...

A l'origine du Club Alliances, nous proposons aux éditeurs de se faire héberger chez IBM à Montpellier au travers de partenaires infogéreurs spécialisés dans la mise à disposition d'une plateforme d'accueil pour éditeurs métiers, que ceux-ci disposent d'une véritable solution SaaS ou, comme souvent encore, d'une offre **"Canada Dry"** [logiciel traditionnel hébergé et infogéré].

... qui évoluent désormais vers le Cloud.

Dès 2008, certains membres du Club Alliances partageaient avec moi le désir de disposer d'infrastructures et de plateformes de type Cloud [**IaaS, PaaS**].

Aujourd'hui, ces plateformes Cloud sont progressivement mises en place et peuvent désormais compléter, voire remplacer des solutions d'hébergement plus traditionnelles.

Pour comprendre tout l'intérêt de ce type de plateformes IaaS/PaaS, nous proposons d'ailleurs à tous nos membres de tester la solution [IBM SmartCloud Enterprise](#)

[2] Tous les acteurs de l'écosystème IT se mettent au cloud...

- **Clients** finaux, y compris les DSI
- **Intégrateurs d'infrastructures** qui veulent devenir des "Cloud Builders" et, souvent, infogérer les Clouds privés qu'ils proposent
- **Hébergeurs/infogéreurs** qui désirent proposer du IaaS et du PaaS et non plus simplement du Canada Dry d'infrastructures Cloud
- **Revendeurs** qui se demandent comment faire évoluer leur modèle de business vers la distribution, l'agrégation, l'intégration... de services Cloud.
- **SSII, consultants**
- **Editeurs et intégrateurs fonctionnels...**

... et nous voulons désormais mieux adresser et servir :

- les Clients cibles, en capitalisant l'expérience du Club Alliances, sa présence sur Internet au travers de ses nombreux Blogs et autres manifestations visibles dans les réseaux et médias sociaux.
- les intégrateurs, les SSII, les hébergeurs, les distributeurs, les revendeurs.. en migration vers le Cloud, et notamment le pool des partenaires principaux d'IBM.

[3] Le Club Alliances va s'adresser clairement aux clients finaux...

Compte tenu de la nouvelle donne Cloud, nous avons décidé de renforcer la position du Club Alliances auprès des clients finaux, en le focalisant encore plus nettement sur les solutions métiers en mode as a service [BPaaS, SaaS], apportées par des éditeurs métiers, des intégrateurs fonctionnels assistés par des experts métiers.



Nous revoyons donc progressivement la communication, les événements, les Blogs, les

comptes Twitter, les activités LinkedIn et Viadeo, et même l'identité visuelle [logo...] du Club Alliances pour répondre aux besoins des dirigeants des clients finaux et non plus principalement de la profession informatique.

... et ses modalités de fonctionnement vont évoluer.

Nous allons procéder à des changements dans les activités du Club Alliances et notamment dans le fonctionnement des Clubs Métiers.

Thierry Bayon de Marketor informe progressivement l'ensemble des membres du Club Alliances des nouvelles propositions marketing en direction des marchés visés par chacun des Clubs Métiers, mais aussi par les membres individuels du Club Alliances.

Marketor va entre autres faire bénéficier les membres du Club Alliances de son initiative [SaaS Guru](#) qui adresse les directions générales et fonctionnelles des clients finaux.

[4] Nous créons le [Club Cloud des Partenaires](#)...

Lancé à l'occasion du [7ème Forum SaaS et Cloud IBM](#), le Club Cloud des partenaires s'adresse lui aux acteurs informatiques fournisseurs de IaaS, PaaS, SaaS, BPaaS.



Il intègre donc naturellement les membres du Club Alliances, mais étend son périmètre à tous les intégrateurs d'infrastructures, aux hébergeurs [en plus de ceux qui étaient déjà dans le Club Alliances], aux revendeurs, aux distributeurs...

... pour accélérer la migration vers le Cloud des partenaires d'IBM:

- Cloud Builders
- Cloud Infrastructure Providers
- Cloud Application Providers
- Cloud Services Solution Providers
- Cloud Technology Providers.

avec l'aide des :

- Experts Métiers
- Experts BizDev

[5] Rejoignez-nous le 22 novembre au [Forum du Club Cloud des Partenaires](#)



Le 22 novembre, le Club Cloud des Partenaires anime son 8ème Forum SaaS et Cloud dans le cadre de [Partner VIP](#), évènement à destination des fournisseurs de solutions informatiques "de valeur".

Des Experts et des Membres du Club Cloud des Partenaires partageront comme d'habitude leur expertise et leur expérience au travers d'ateliers, mais vous pourrez aussi faire le networking traditionnel pour développer vos partenariats Cloud et découvrir des solutions Cloud intéressantes

IBM est un sponsor important de l'évènement. Vous pourrez donc y rencontrer les experts Cloud d'IBM.

[Détails et Inscription sur le site de Partner VIP](#)

[6] Contactez-moi pour en savoir plus sur tout ça !



Loic Simon - 06 76 75 40 71

loic_simon@fr.ibm.com

Business Development - Partenaires Cloud - IBM

VAR régional PME/PMI, comment commencer à revendre du Cloud sans [gros] investissements et sans [trop] de risques ?

[Envoyer par e-mail](#)[BlogThis!](#)[Partager sur Twitter](#)[Partager sur Facebook](#)



Surfez le Tsunami du Cloud!

Acteur Régional de l'Informatique pour les PME/PMI ?

Vous vous définissez comme

- une société de services,
- un intégrateur d'infrastructures,
- un intégrateur fonctionnel [ou les deux à la fois],
- un revendeur IT,
- un VAR...

... au service des entreprises de votre région, généralement des **PME/PMI**.

Vous êtes bien implanté régionalement depuis des années, mais vous voyez arriver de nouveaux acteurs "pure players" du Cloud [ou vous constatez que vos collègues mettent le vocable "Cloud" derrière leur offre traditionnelle d'infogérance ou d'hébergement, ce que j'appelle du "Canada Dry" de Cloud!] ... et vous avez décidé de développer, vous aussi, un business Cloud.

D'autant que tous vos fournisseurs traditionnels [qui pratiquent souvent le "Cloud Washing"] et un nombre croissant de nouveaux acteurs des services SaaS [Software as a Service], PaaS [Plateforme as a Service], IaaS [Infrastructure as a Service] vous poussent à le faire, en vous promettant monts et merveilles!

Peut-être même avez-vous même déjà eu des:

- demandes de clients ou de prospects,
- remarques ou suggestions de vos collaborateurs,
- opportunités de business non satisfaites,
- affaires perdues au profit de fournisseurs de services SaaS ou IaaS [ou d'infogérance/hébergement]

Quel Business Cloud pour votre Enterprise?

TRUSTED
ADVISOR

Décidé à faire évoluer votre modèle de business vers le Cloud et conscient de la migration vers le "as a service" que cela entraîne, vous cherchez à mettre toutes les chances de réussite de votre côté et à minimiser les risques.

Peu enclin ou apte à devenir un

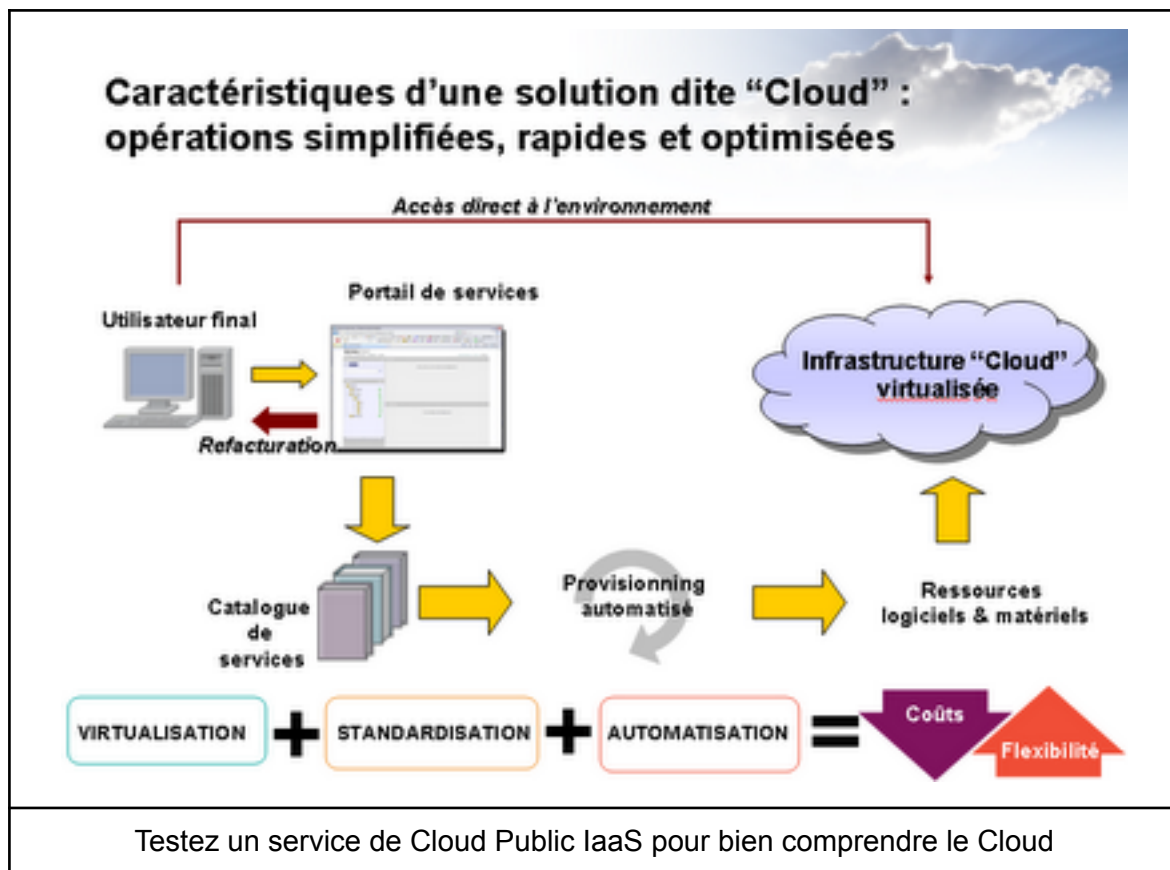
- [Cloud Builder](#) [fournisseur de solutions de Cloud Privé, généralement pour le compte de grandes entreprises]
- [Cloud Infrastructure Provider](#) [fournisseur d'infrastructures cloud de type IaaS et/ou PaaS]
- [Cloud Application Provider](#) [éditeur SaaS]

... vous pensez vous appuyer sur vos compétences et votre position établie dans la région pour [continuer à] jouer un rôle clé auprès des PME/PMI de:

- *Trusted Advisor* [conseiller de confiance],
- *Directeur Informatique externalisé* [service informatique mutualisé]
- *Cloud Broker* [courtier en services cloud]
- [Cloud Services Solution Provider](#) [fournisseur de solutions - métier et/ou infrastructures - exploitant des services cloud, généralement en provenance de clouds publics]

Commencez par vous faire les dents avec de l'IaaS Public!

Je vous suggère de commencer votre voyage vers le Cloud par de la "formation sur le terrain" au travers de l'exploitation sans risque d'un service de Cloud Public de type IaaS/PaaS tel que IBM SmartCloud Enterprise



En effet, quelles que soient vos compétences, spécialités, focus "métier" ou "infrastructure", ce type de service est, pour ce qui concerne le Cloud, un excellent :

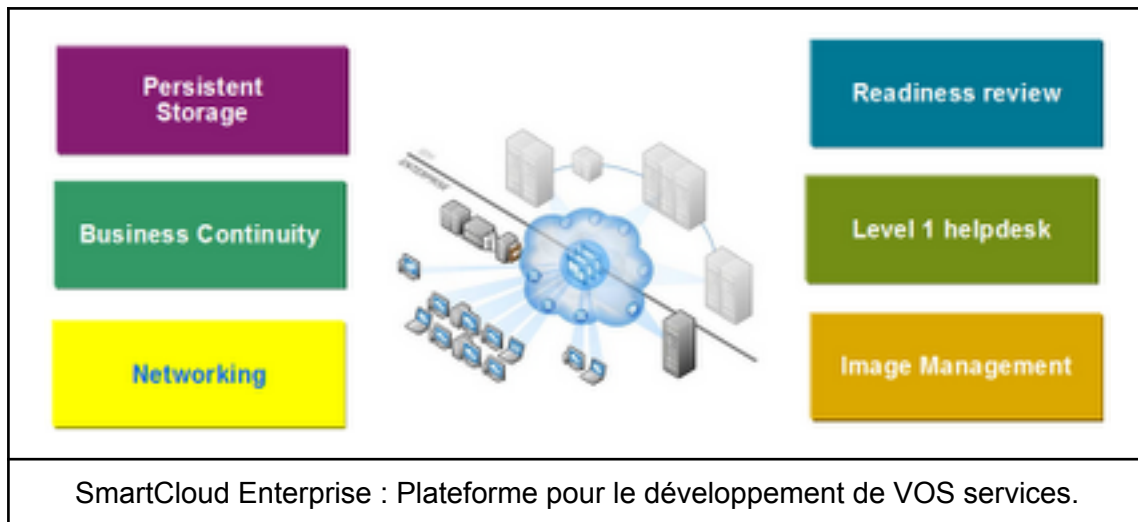
- outil de découverte et de formation
- eye opener
- terrain de jeu
- socle de base

... pour faire vos gammes Cloud.

Testez gratuitement [IBM SmartCloud Enterprise](#)

Contrairement à d'autres options, SmartCloud Enterprise d'IBM est :

- une plateforme orientée "entreprises" [B2B] pour le développement et la délivrance de vos propres services "à valeur"
- un service disponible en mode revente, voire en mode "white label", bénéficiant du support technique, commercial et marketing des principaux grossistes à valeur ajoutée et d'IBM
- une offre qui ne nécessite pas de lourds investissements en infrastructures [contrairement à la mise en place d'un service propre d'IaaS dans un datacenter que vous batissez ou louez] - vous et vos clients payez "à l'usage", à partir de 7 centimes de l'heure d'utilisation !



Cerise sur le gâteau, pendant un temps limité [jusqu'au 11 novembre, pour une commande avant le 26 octobre], et afin de vous pousser à le tester et à imaginer l'utilisation que vous allez en faire pour développer votre propre business cloud, IBM SmartCloud Enterprise vous est proposé gratuitement et sans engagement.

Pour en savoir plus sur SmartCloud Enterprise et profiter de l'offre d'essai, contactez votre distributeur favori [pour le moment : [Arrow ECS](#), [BestWare](#), [ETC Metrologie](#)] ou appelez-moi pour que je vous conseille et vous dirige.

Vous trouverez également des informations plus précises sur [ce site/blog du Catalogue des offres Cloud IBM à l'intention de ses Partenaires](#).

Besoin d'aide pour définir votre stratégie Cloud ?



Ah, j'oubliais, si vous le désirez, je peux aussi vous aider à définir votre stratégie Cloud, avec le plan d'action concret associé [avec IBM, bien sûr!] au travers de :

- un Webinaire rapide, rien que pour vous, pour vous faire découvrir les différents modèles de business évoqués ci-dessus [[Cloud Builder](#), [Cloud Infrastructure](#)]

[Provider, Cloud Application Provider, Cloud Services Solution Provider...](#)], mais surtout pour évoquer les opportunités, les contraintes et les facteurs clés de succès qui y sont associés et vous permettre de mieux vous positionner dans l'écosystème Cloud en formation.

- un **Atelier "Cloud Fast Track Workshop"** d'une demi-journée, dédié à votre entreprise, chez vous ou chez IBM, avec votre équipe de Direction et des Experts d'IBM.

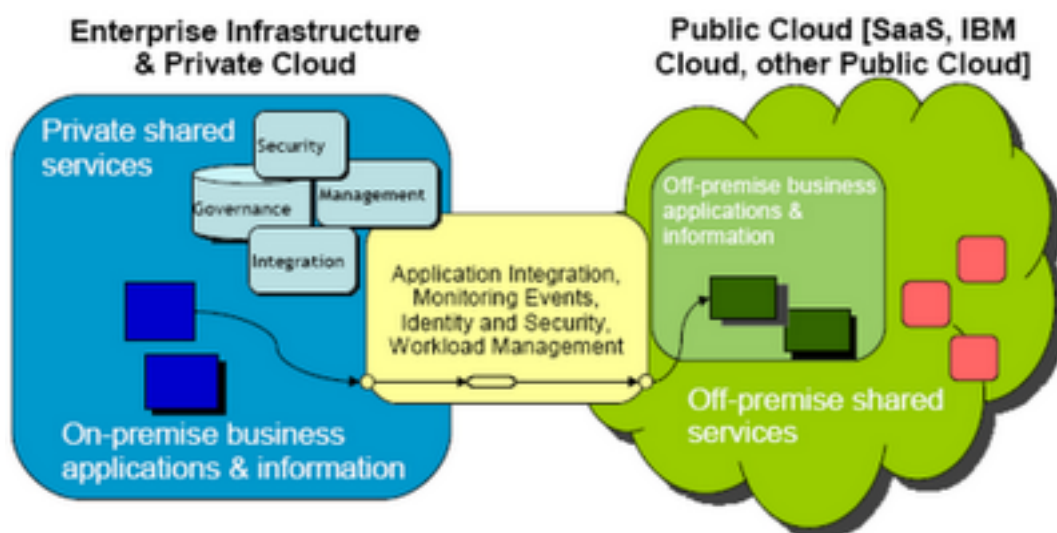
Si vous désirez en profiter, appelez-moi au 06 76 75 40 71 ou envoyez-moi un email

[Loic Simon](#) - +33 6 76 75 40 71 -
IBM Cloud Channel Development Executive

6 raisons d'intégrer du Cloud Public dans votre Catalogue de Services Cloud.

[Envoyer par e-mail](#)[BlogThis!](#)[Partager sur Twitter](#)[Partager sur Facebook](#)

Cloud Builders, Hébergeurs/Infogéreurs qui proposez des services d'hébergement et/ou d'infogérance de Clouds Privés et/ou Communautaires, je vous conseille d'**intégrer des services de Cloud Public** dans votre Catalogue de Services Cloud.



Si vous infogérez/hébergez des Clouds Privés...

Comme la plupart des Intégrateurs d'Infrastructures et des Hébergeurs/Infogéreur

s que je rencontre, vous proposez sans doute ou voulez proposer l'infogérance avec hébergement externalisé des infrastructures de Cloud Privé que vous vendez [ou louez] à vos clients.

Pour compléter vos services, foisonner et vous différencier, vous formalisez également un catalogue d'offres Cloud standardisées, dédiées ou mutualisées [IaaS, PaaS, SaaS...] dont vous assurez la production dans votre (vos) datacenter(s).

- backup et/ou archivage [SaaS]
- messagerie et/ou collaboration avancée [SaaS]
- communication unifiée
- serveurs [VM] et/ou stockage à la demande [IaaS]
- configurations de test et de développement à la demande [PaaS]
- desktop as a services [DaaS, VDI...]
- applications de "soutien" en mode SaaS...

... Vous devriez intégrer des services de Cloud Public à votre Catalogue de Services...

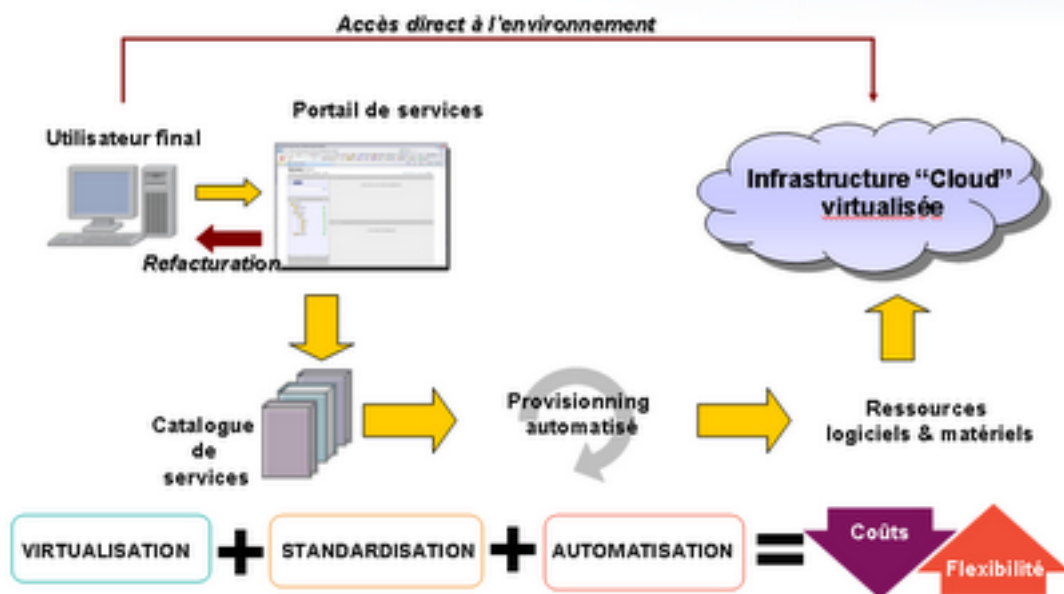
Bien que vous disposiez à priori des ressources de base - datacenter, infrastructures, compétences... - pour proposer des services similaires à ceux des offreurs de Clouds Publics tels que Amazon [EC2, S3...], Microsoft [Azure, Office 365...], IBM [SmartCloud Enterprise, LotusLive...], je vous suggère d'évaluer sérieusement l'opportunité d'intégrer certains de ces services dans votre propre offre.

En 6 points, voici pourquoi, d'après moi:

[1] Faites essayer et tester avant de faire investir dans un Cloud Privé

Pour quelques centimes d'euro de l'heure [IaaS], faites facilement toucher du doigt à vos clients les caractéristiques d'un service Cloud [au delà de la virtualisation](#).

Caractéristiques d'une solution dite "Cloud" : opérations simplifiées, rapides et optimisées



[2] Disposez d'une réserve de capacité et de puissance

Parez aux éventuels débordements de charge, lissez les pics de demande, accédez à des capacités et des ressources en réserve, accessibles à la demande, payées à l'usage... pour compléter celles dont vous disposez dans votre propre infrastructure.



[3] Rendez votre offre plus compétitive

Si vous visez la "valeur", N'essayez pas de concurrencer les fournisseurs de services cloud qui visent des marchés de volumes ou de grandes variations de charge, mais tirez plutôt profit de leurs services de commodités pour compléter votre offre et la rendre plus compétitive.

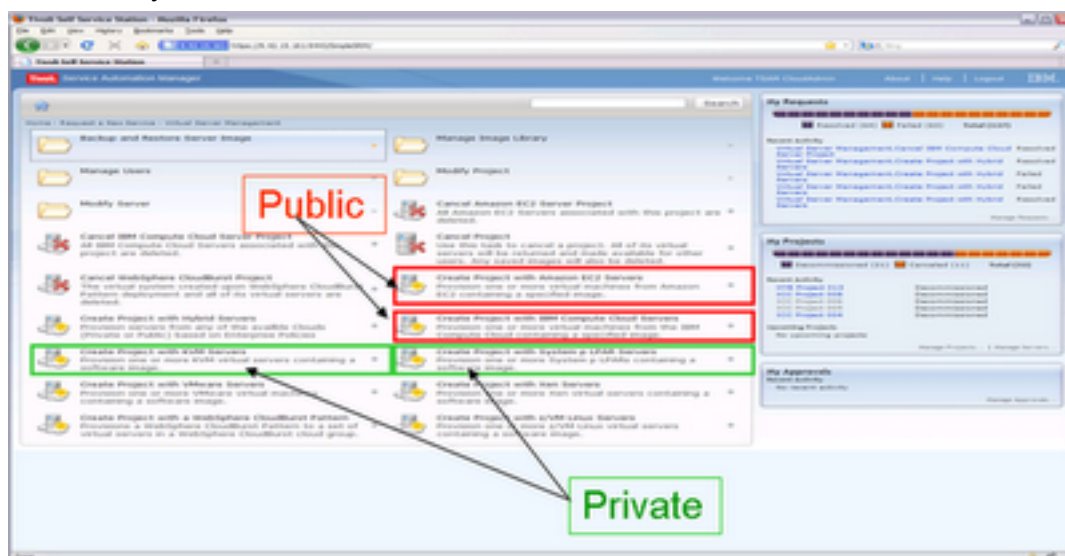
La plupart des grands acteurs du IaaS, PaaS, SaaS proposent désormais des programmes de partenariats qui vous permettront de générer une marge additionnelle et d'accéder à des programmes de co-marketing. Vous bénéficierez également de leur écosystème de partenaires complémentaires.



[4] Proposez la bonne offre pour chaque usage/workload

Segmentez vos services en fonction des usages [eg tests et développement vs production...] et des contraintes [eg contraintes réglementaires/légales, types d'accès requis...] et définissez les meilleurs modèles de déploiement [privé, hybride, communautaire, public...] pour chaque type de workload.

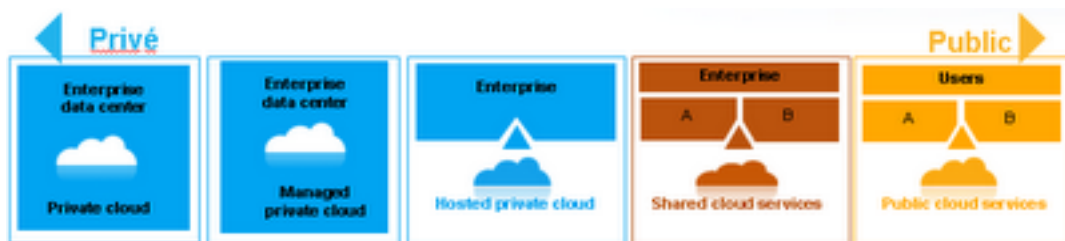
Puis accompagnez vos clients dans la mise en oeuvre et l'exploitation d'un catalogue de services cloud hybride.



[5] Elargissez votre offre sans vous disperser et sans investir

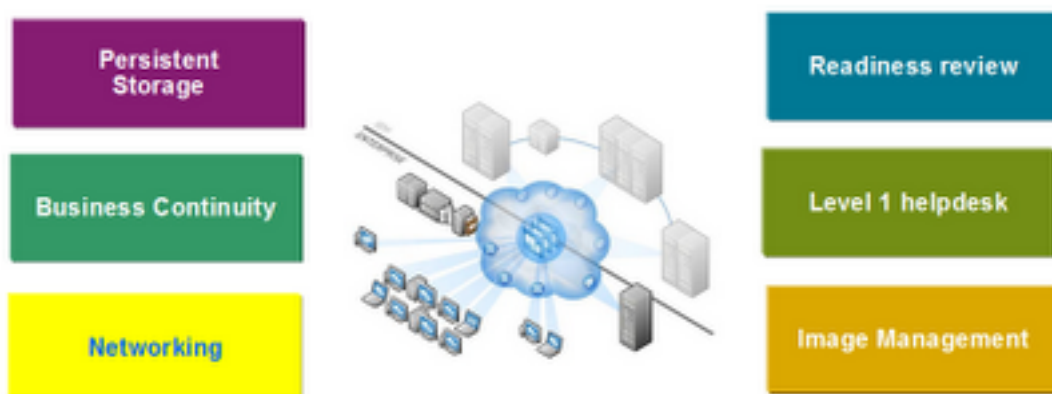
Restez focalisés sur ce qui fait votre valeur ajoutée et concentrez vos ressources, investissements et moyens propres, mais répondez à l'ensemble des besoins de vos clients en complétant vos services avec ceux d'autres spécialistes.

En assurant à la fois la délivrance de vos services propres et le "brokerage", la revente, l'aggrégation de services fournis par des tiers, et notamment des clouds publics, vous pourrez rester un "trusted advisor" pour vos clients.



[6] Et vous, quelle est votre 6ème raison?

Partagez avec nous vos raisons pour intégrer le cloud public dans votre offre de services cloud, alors même que vous êtes vous-même un fournisseur de services cloud [Cloud Infrastructure Provider] ou un Cloud Builder.



Commencez par IBM SmartCloud Enterprise!

Pour démarrer votre catalogue de services de cloud public en complément de votre propre offre, je vous suggère de vous tourner vers un **Service orienté B2B, Entreprises, Professionnels...** et non "tous publics"

[IBM SmartCloud Enterprise](#) est un Cloud Public de ce type.

- Il est uniquement ouvert aux entreprises [pas d'accès immédiat par n'importe qui, pas de paiement par Carte Bancaire...]
- Il permet une localisation claire des données au travers du choix du DataCenter cible,
- Il met en oeuvre les mêmes technologies et outils que ceux que vous pourrez exploiter dans le cadre de vos mises en oeuvre de Clouds Privés
- Il est distribué par votre VAD IBM favori [[Arrow ECS](#), [BestWare](#), [ETC Métrologie...](#)] qui vous permet de profiter de remises sur son prix public
- Vous pouvez l'intégrer dans votre propre offre Cloud en bénéficiant de conditions tarifaires "revendeurs/intégrateurs" [voir votre VAD]

Et, en plus, pendant une durée limitée [jusqu'au 11 novembre], vous et vos clients pouvez le tester gratuitement et sans engagement



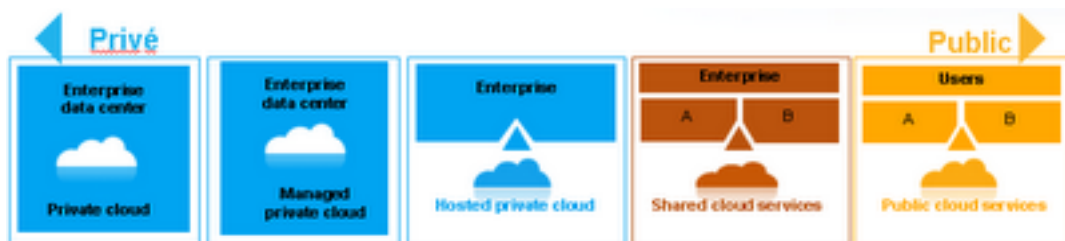
[Cliquez ici pour en savoir plus sur SmartCloud Enterprise... et commencer à l'utiliser \[vous et vos clients\] gratuitement et sans engagement!](#)

Cet article a été rédigé par:

[Loïc Simon](#) - +33 6 76 75 40 71 - IBM Cloud Channel Development Executive

Cloud Builders, offrez un service de Cloud Public pour mieux vendre des Clouds Privés... Hybrides!

[Envoyer par e-mail](#)[BlogThis!](#)[Partager sur Twitter](#)[Partager sur Facebook](#)



Cet article s'adresse avant tout aux [Cloud Builders](#), c'est à dire aux VARs, Intégrateurs d'Infrastructures, SSII... qui conseillent et accompagnent les DSI dans la mise en oeuvre de Clouds Privés.

Il leur suggère, ainsi qu'à leurs clients, de démarrer leur évolution vers le Cloud Privé et le Cloud Hybride par l'exploitation d'un service de Cloud Public orienté "Entreprises" tel que IBM SmartCloud Enterprise.

Le choix du Cloud Privé par la DSI...

Les DSI pensent souvent Cloud Privé plutôt que Cloud Public pour pouvoir...

- contrôler et maîtriser la mise en oeuvre de services Cloud
- adresser les questions de sécurité et d'intégration avec l'existant

- éviter les conséquences des incidents [fortement médiatisés] subis par certains Clouds Publics

Aidés généralement par un Cloud Builder, ils mettent en oeuvre, hébergent et gèrent ce Cloud Privé dans:

- leur centre informatique
- leur centre, mais avec des services d'infogérance assurés par un tiers [eg le Cloud Builder]
- le centre d'hébergement et d'infogérance d'un tiers.

Ils paient ce Cloud Privé de deux façons, selon leurs exigences et l'offre de leurs fournisseurs:

- **Capex** [capital expenses]: L'infrastructure est achetée et payée par le client. C'est encore la formule la plus répandue à ce jour. Ce mode de financement ne remet pas en cause les modalités traditionnelles d'achat et de vente, mais se heurte à la "concurrence" du modèle de paiement à l'usage, à la consommation, à l'unité d'oeuvre... popularisé initialement par le SaaS.
- **Opex** [opérational expenses] : Quelquefois, l'infrastructure est achetée et payée par le Cloud Builder ou ses fournisseurs, puis est "louée" au client, avec ou sans engagement, avec ou sans élasticité..

... n'empêche pas l'utilisation du Cloud Public...

La plupart des entreprises exploitent déjà certains services de Cloud Publics, sans toujours que la DSI ne les contrôlent.

- **BPaaS ou SaaS** [eg Salesforce]: les Directions Fonctionnelles [eg Ressources Humaines, Achats, Ventes, Marketing...] y souscrivent parfois [souvent?] sans l'implication de la DSI.
- **"communautaires"** [eg [LuxCloud](#)]. Ils permettent à une communauté d'intérêt, à un groupement d'entreprises, aux acteurs d'un secteur ou d'une filière, de mettre en commun, partager, mutualiser... des applications, des documents, des worklows, etc... pertinents au sein de la communauté.
- **IaaS ou PaaS** [eg Amazon Web Services]: Les développeurs logiciels en apprécient l'élasticité et la facilité d'accès. Ils servent aussi pour des prototypes ou des besoins de pics de puissance.
- **"personnels"** [eg [Dropbox](#)] : Souvent gratuits ou proposés en "freemium", ils sont utilisés dans le cadre d'un usage personnel ou de groupe, souvent en dehors de tout contrôle de l'entreprise

... et donc d'un Cloud Hybride!

Dans la réalité donc, mais sans qu'ils en aient toujours conscience, les [grandes] entreprises exploitent le Cloud dans la plupart de ses modes de déploiement: Cloud Privé, Cloud Public, Cloud Communautaire, Cloud Personnel... Pour leurs DSI, le Cloud est donc "Hybride" [quoique pas encore intégré]..

Plus la maturité Cloud grandit, plus les DSI et ceux qui les conseillent choisissent le mode de déploiement Cloud en fonction de chaque "workload", application, usage... et ce tant pour optimiser les coûts que pour être plus réactifs et offrir les services les plus pertinents aux utilisateurs.

Démarrez plutôt avec du Cloud Public...

Dans la mesure où, in fine, l'entreprise exploitera le Cloud de manière hybride [du moins dans les prochaines années], il peut sembler naturel de commencer par ce que les DSI maîtrisent et donc de pencher pour la mise en oeuvre d'un Cloud Privé.

Nous suggérons le contraire: Faites goûter vos clients au Cloud Public d'abord [et faites-en de même si vous n'êtes pas encore "vraiment" un [Cloud Builder](#)!]

...car le Cloud Privé est encore souvent du "Canada Dry".

Le problème du Cloud Privé, c'est qu'il ressemble trop à l'informatique traditionnelle et n'a souvent de Cloud que le nom.

En effet, il n'est plus une offre de virtualisation ou de paiement d'infrastructure en location qui ne se mue en offre de "Cloud Privé".

Tous les fournisseurs ont désormais vu le filon du Cloud et ont embrassé:

- Le **"Canada Dry"** de Cloud: ça ressemble à du Cloud, mais ce n'est pas du Cloud
- Le **"Cloud Washing"**: Je renomme mes technologies et offres avec le mot "Cloud" dedans.

Or, avec le Cloud Privé, il faut souvent encore:

- acheter son propre matériel et ses propres logiciels,
- configurer ou faire configurer tous les éléments
- payer des employés ou des prestataires pour administrer les infrastructures
- renoncer à l'un des principaux bénéfices du Cloud, les ressources partagées...

Apprenez le "vrai" Cloud avec un service IaaS/PaaS Public...

Exploiter un service de Cloud IaaS/PaaS Public tel que Amazon Web Services ou IBM SmartCloud Enterprise permet de bénéficier des avantages bien connus du Cloud tels que:

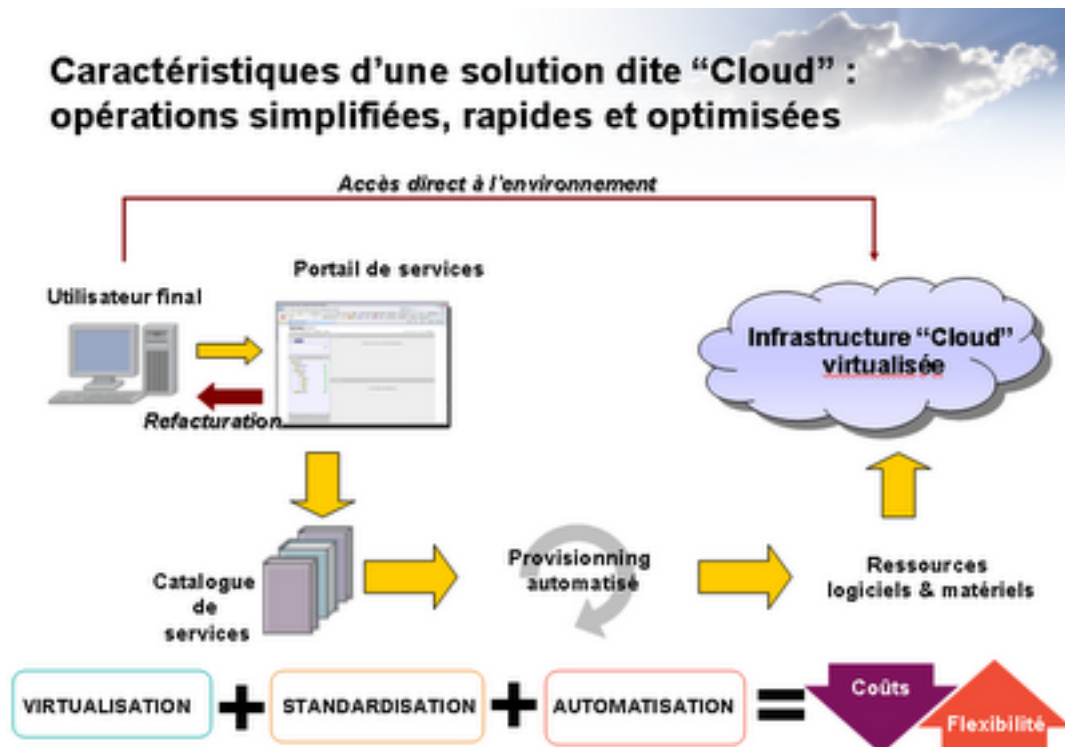
- mise en oeuvre très rapide
- paiement uniquement pour les ressources utilisées
- pas d'installation de nouvelles infrastructures dans un datacenter...

Mais, surtout, on obtient rapidement une véritable expérience du "vrai" Cloud et non plus, sous un nouveau nom, la mise en oeuvre et l'exploitation "semi automatisée" d'infrastructures "simplement" virtualisées [au sein de son Centre Informatique ou chez un hébergeur "traditionnel"].

A partir de là, on peut **capitaliser ce qu'on apprend en utilisant de l'IaaS ou du PaaS Public pour**

- obtenir un meilleur usage des Clouds Publics
- **déployer un Cloud Privé qui exploite vraiment les principes du Cloud**
- tirer progressivement un avantage plus important d'un Cloud Hybride..

En commençant par le Cloud Public, **on élimine même certains des risques** de la migration vers le cloud! On ne fait plus d'important investissement en capital et en ressources humaines pour en attendre nerveusement les bénéfices et le ROI. Les coûts d'usage du Cloud Public sont faibles et le retour est élevé, notamment en matière de formation.



Goûtez au Cloud avec [IBM SmartCloud Enterprise](#)

Si vous décidez de suivre notre suggestion et de démarrer votre voyage et celui de vos clients par le Cloud Public, et notamment par du IaaS ou du PaaS [le SaaS est déjà utilisé dans l'entreprise, mais ne permet pas aussi bien à un Cloud Builder ou à une DSI d'apprendre le Cloud Privé], **nous vous suggérons de vous tourner vers un Service orienté B2B, Entreprises, Professionnels...** et non "tous publics".

[IBM SmartCloud Enterprise](#) est un Cloud Public de ce type.

- Il est uniquement ouvert aux entreprises [pas d'accès immédiat par n'importe qui, pas de paiement par Carte Bancaire...]
- Il permet une localisation claire des données au travers du choix du DataCenter cible,
- Il met en oeuvre les mêmes technologies et outils que ceux que vous pourrez exploiter dans le cadre de vos mises en oeuvre de Clouds Privés
- Il est distribué par votre VAD IBM favori [[Arrow ECS](#), [BestWare](#), [ETC Métrologie](#)...]
- Vous pouvez l'intégrer dans votre propre offre Cloud en bénéficiant de conditions tarifaires "revendeurs/intégrateurs" [voir votre VAD]

Et, en plus, pendant une durée limitée [jusqu'au 11 novembre], vous et vos clients pouvez le tester gratuitement et sans engagement.

[Cliquez ici pour en savoir plus sur SmartCloud Enterprise... et commencer à l'utiliser \[vous et vos clients\] gratuitement et sans engagement!](#)



Cloud : Editeurs, intégrateurs, hébergeurs, infogéreurs, SSI, revendeurs, consultants...Bienvenue au Club Cloud des Partenaires

[Envoyer par e-mail](#)[Blog This!](#)[Partager sur Twitter](#)[Partager sur Facebook](#)

Lancement du Club Cloud des Partenaires...

A l'occasion du [Forum des Partenaires du Cloud IBM](#) du 24 juin 2011, 7ème Forum consacré au développement du Business Cloud [BPaaS, SaaS, PaaS, IaaS, Privé, Public, Hybride, Communautaire...] co-animé par les experts du [Club Alliances](#), nous avons annoncé le lancement d'un [Club Cloud des Partenaires](#) dont les membres viendront de **l'écosystème des partenaires du Cloud IBM**:

- Cloud Builders
- Cloud Infrastructure Providers
- Cloud Application Providers
- Cloud Services Solution Providers
- Cloud Technology Providers
- Experts "BizDev"
- Experts Métier

Avec le Club Alliances...

Le Club Cloud des Partenaires intégrera bien entendu le [Club Alliances](#) dont les membres

principaux sont des Editeurs et Intégrateurs de services BPaaS / SaaS [ou en migration vers le "as a service"], soutenus par des Experts Métier et des Experts Bizdev [eg IBM, Marketor, PAD, Lemon Operations, A2Partner, Aspaway, Asplenium, ESDI...]

Et tout l'écosystème Cloud d'IBM.

Ils seront rejoints par les autres catégories de partenaires Cloud actuels ou futurs d'IBM, intégrateurs, revendeurs, distributeurs, hébergeurs, infogéurs, consultants, fournisseurs de technologies... qui proposent ou veulent proposer des services de conception et mise en oeuvre de Clouds privés ou publics, des Services IaaS / PaaS ou des technologies Cloud complémentaires de celles d'IBM.

Intéressés par le Club Cloud des Partenaires ?

Remplissez le formulaire ci-dessous pour nous faire part de votre volonté de rejoindre le Club Cloud des Partenaires et être tenus au courant de son actualité.

Nous vous recontacterons pour définir avec vous les aspects clés de votre participation au Club.

Profitez tout de suite de SmartCloud Enterprise pour passer du Cloud Canada Dry au Cloud Business!

Retrouvez les premiers éléments d'information sur le Club sur le [site web du Club Cloud des Partenaires](#) - encore en bêta, le nom définitif du club ainsi que sa charte et ses modalités de fonctionnement - issues de l'initiative Club Alliances - seront confirmés au sortir de l'été.

Et surtout, voyez votre VAD [BestWare, Arrow ECS] et/ou votre Partenaire SmartCloud IBM favori [Aspaway, Frame, ESDI, Midrange, etc...] pour commencer à exploiter [SmartCloud Enterprise](#)

Revendre, intégrer, promouvoir et/ou utiliser SmartCloud Enterprise est l'un des pré-requis à votre intégration dans le Club Cloud des Partenaires.

Mais surtout, nous sommes persuadés que 100% d'entre nous avons intérêt à exploiter SmartCloud Enterprise, ne serait-ce que pour BIEN comprendre - par l'usage - [les caractéristiques fondamentales des vrais Services Cloud](#), qui, comme nous le présentons dans nos nombreuses sessions du Cloud pour les N...ouveaux, vont au delà du **Cloud Canada Dry** [on rajoute "Cloud" à une offre existante d'hébergement, d'infogérance, d'ASP, de logiciel C/S hébergé... non Cloud!]
