

A l'heure actuelle, de nombreuses entreprises rencontrent des difficultés pour fournir à leurs collaborateurs un accès performant à leur information.

Ces problèmes d'efficacité sont en grande partie dus à la complexité grandissante du système d'information et à la croissance toujours plus importante du volume d'information.



## Moteurs de recherche, vers des applications métiers

**C**haque jour plus problématique, cette situation amène les entreprises à reconsidérer le rôle stratégique de la recherche d'information au regard de l'importance grandissante de l'information dans leurs activités.

Une étude menée par Ark Group en septembre 2005 montre que 70% des entreprises interrogées provenant de différents secteurs d'activités jugent que la recherche d'information joue un rôle important dans le support de leurs processus métiers (figure 1).

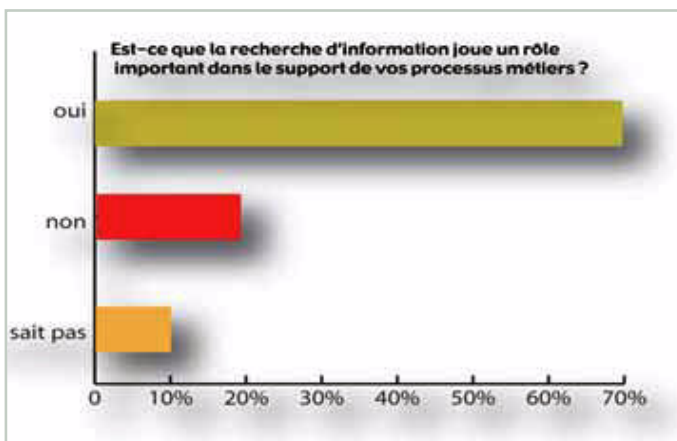


Figure 1. Importance perçue de la recherche d'information par les entreprises.

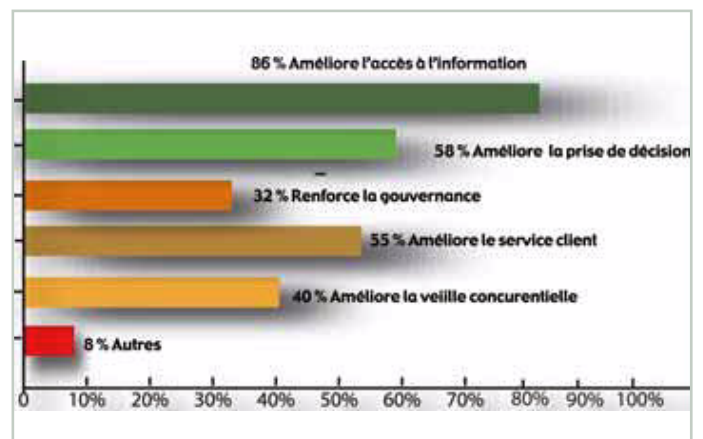


Figure 2. Objectifs de la solution de recherche d'information.

Pour 86% de ces mêmes entreprises, et ce n'est pas une surprise, le moteur de recherche est avant tout destiné à améliorer l'accès à l'information pour ses collaborateurs.

Ce qu'il est par contre intéressant de noter, c'est la vision de plus en plus appliquée et métier des entreprises à l'égard de la recherche d'information. En effet, plus de la moitié (58%) déclarent utiliser leur moteur de recherche d'information pour améliorer la prise de décision et pratiquement autant (55%) l'utilisent pour améliorer leur service client.

Par ailleurs, 40% des entreprises interrogées emploient leur moteur de recherche d'infor-

2 The  
Age of Search - Ark  
Group - Octobre  
2005

mation pour avoir une meilleure vision de leur marché et de la concurrence et 32 % l'utilisent en vue de renforcer leur gouvernance.

Ainsi, la recherche d'information est aujourd'hui plus que jamais considérée comme un service indispensable à l'ensemble des collaborateurs. De plus, la maturité des entreprises vis-à-vis de la recherche d'information leur a fait prendre conscience des possibilités offertes par une solution de recherche d'information orientée métier.

Ainsi, même si les projets de recherche d'information sont majoritairement initiés par la Direction des Systèmes d'Information (56%), d'autres services ou départements commencent à s'y intéresser (figure 3.)

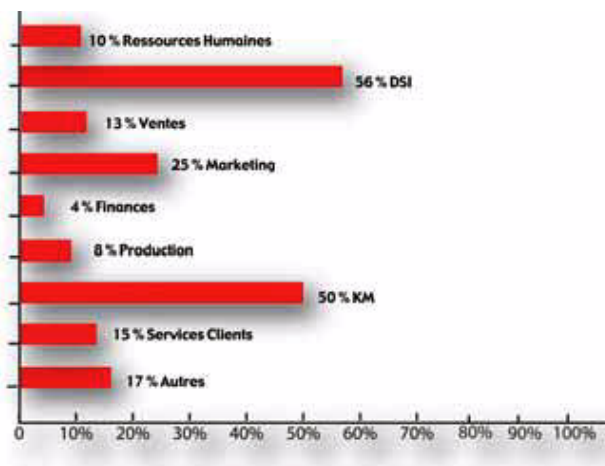


Figure 3. Départements à l'origine de la mise en œuvre de la solution de recherche d'information

## L'intérêt des entreprises pour des solutions métiers de recherche d'information fait évoluer le marché des éditeurs de logiciels de recherche d'information qui commencent à proposer des offres verticalisées.

Cet intérêt pour la recherche d'information se manifeste par la mise en place d'applications de recherche d'information orientées « métiers ». Dans ce cadre, le besoin de recherche d'information survient au cours d'un processus métiers spécifique, ce qui est très souvent le cas.

Prenons l'exemple d'un commercial qui souhaite vendre un service à un client historique de la société mais qu'il n'a pas géré en direct. Pour mener à bien sa vente dans les meilleures conditions, celui-ci souhaite obtenir un maximum d'informations sur le client ainsi que sur les services auxquels il a déjà souscrit et sur les différentes interactions qu'il a pu avoir avec l'entreprise.

Dans le meilleur des cas, une recherche sur le nom du client sur l'Intranet de l'entreprise permettrait de faire remonter un certain nombre d'informations issues de pages web Intranet et éventuellement de l'application CRM. Malheureusement, il manquerait très

probablement un certain nombre d'informations financières, sans parler d'une présentation adaptée de l'information.

En effet, dans l'idéal, à une telle requête le moteur de recherche d'information devrait pouvoir remonter des informations provenant de sources internes et externes, le tout sous une forme directement exploitable et surtout adaptée à la problématique du commercial :

- informations concernant le client : coordonnées, nom des principaux contacts...
- informations générales sur le client obtenues à partir du site institutionnel du client mais aussi à partir de sites d'actualités externes...
- l'état financier du client construit à partir de bases de données externes à l'entreprise, de sites d'actualités financières...
- les détails du compte du client dans l'entreprise : produits et services souscrits, historique des interactions, personnes de l'entreprise ayant eu des contacts avec ce client, etc.

Au delà de cet exemple particulier, ce besoin de recherche d'information métier se retrouve dans plusieurs domaines :

- recherche de CV pour le département des ressources humaines ;
- recherche d'informations sur la concurrence pour le service marketing ;
- recherche d'informations sur les produits et procédures associés sur un centre d'appels pour le service client ;
- recherche d'individus et soutien à la localisation d'expertise pour le département de knowledge management ;

L'intérêt des entreprises pour des solutions métiers de recherche d'information fait évoluer le marché des éditeurs de logiciels de recherche d'information qui commencent à proposer des offres verticalisées.

Ainsi des acteurs « généralistes » de la recherche d'information proposent des solutions métiers de leur plateforme technologique notamment dans le domaine du e-commerce, des médias, du service client... On peut par exemple citer des acteurs comme Microsoft-FAST, Autonomy Endeca, Pertimm...

Certains en ont même fait leur cœur d'activité comme par exemple l'éditeur français Lingway qui propose des solutions dans le domaine des Ressources Humaines, du médical, des brevets...

GILLES BALMISSE