

AVANT-PROPOS

Ce livre, destiné aux acteurs de l'entreprise comme à leurs consultants, est conçu avec le dessein de leur permettre une prise de recul lors des choix organisationnels, fonctionnels ou techniques. En rappelant les fondements de l'Internet ainsi que son évolution actuelle vers le Web 2.0, le lecteur prend conscience que c'est un nouveau continent qui s'ouvre à ses utilisateurs.

Il ne s'agit pas d'un changement radical de technologies ou de l'irruption de nouvelles applications dans le paysage de l'entreprise. L'émergence du Web 2.0 y relève avant tout des usages et des bonnes pratiques qui évoluent soit à l'intérieur pour les collaborateurs, soit à l'extérieur pour toutes les parties prenantes de l'entreprise, clients, prospects, partenaires, fournisseurs, administrations.

L'habitude avait été prise de tout faire tourner autour des projets, de les spécifier, de décrire leur cycle de vie. Le projet était devenu l'objet de toutes les attentions. Aujourd'hui, ce sont les utilisateurs qui sont placés au centre des préoccupations. Leurs usages sont devenus un sujet d'étude et le motif de développements nouveaux. Il faut les écouter, les comprendre, les rencontrer pour leur apporter des réponses concrètes alliant confort, simplicité et sécurité. Les usages attendus sont source de progrès. Quant aux usages inattendus, souvent les plus intéressants, ils ont acquis des lettres de noblesse et ne sont plus rejetés aux calendes grecques, car ils suggèrent des pistes prometteuses pour l'innovation.

La dimension sociale du Web 2.0 est le moteur de son succès. Il n'y a pas d'innovation sans valeur ni de valeur sans usages. Quant à ces derniers, ils n'existent qu'en raison de la qualité des réalisations et du nombre des utilisateurs.

Écrit par des praticiens, ce livre s'adresse à d'autres praticiens. Il est rédigé dans une perspective de partage de connaissances comme de convictions. Ses objectifs sont les suivants :

- Apporter des clés de compréhension sur le mouvement, voire la mutation que connaît Internet, un véritable changement de fond que le tapage marketing pourrait faire prendre pour du vent.
- Faire un tour d'horizon pour mieux comprendre le fonctionnement des nouveaux outils et services d'Internet en prenant soin d'observer les importantes ressources sous-jacentes.
- Parvenir à une maîtrise de l'utilisation d'Internet et non de ses technologies afin de toujours mieux situer les réels enjeux pour l'entreprise.
- Prendre conscience du décalage qui se creuse entre l'informatique des entreprises à la mode 1.0, celle des sites statiques où l'accès à l'information était central, et les usages permis par un Internet 2.0, un Web qui devient lui-même plate-forme, lieu d'ubiquité et d'interactions.
- Et puisqu'il faut, non pas suivre, mais être dans le mouvement, par où faut-il commencer ? Comment négocier l'adoption du Web 2.0 ?
- Faire plus qu'entrevoir les évolutions du Web 2.0 en cours en les décrivant et en les analysant.
- Puisque le propre du mouvement est de continuer, annoncer le Web 3.0, qui se dessine peu à peu, et le définir.

Ce livre est destiné à donner des conseils pragmatiques qui touchent à l'organisation, aux techniques et la méthodologie. Il s'appuie sur des exemples concrets et sur des cas. Il permet au lecteur de se préparer à mettre immédiatement en application ce qu'il lit, de mettre en chantier des projets Web 2.0.