

LIVRE BLANC

# 7 étapes pour développer un écosystème d'APIs performant



<b>Introduction</b> .....	3
<b>7 étapes pour développer un écosystème d'APIs performant</b> .....	5
Étape 1 : Commencer par l'expérience client .....	6
Étape 2 : Adopter les principes d'écosystème .....	8
Étape 3: : Définir un modèle économique d'APIs .....	10
Étape 4 : Collaborer avec des partenaires et co-créeer de la valeur .....	12
Étape 5 : Concevoir et fournir des produits d'APIs .....	13
Étape 6 : Favoriser la consommation d'APIs .....	15
Étape 7 : Observer, mesurer, itérer et répéter .....	16
<b>Conclusion</b> .....	17
<b>Mise en place d'un écosystème d'APIs performant</b> .....	18
<b>À propos de MuleSoft</b> .....	19

# Introduction

Le monde est en pleine transformation digitale dans tous les secteurs d'activité et de plus en plus dans notre vie quotidienne. Les APIs constituent le point d'accès digital aux ressources métiers qui alimentent l'économie digitale. D'un côté nous avons des organisations telles que HSBC, Wells Fargo et Splunk qui se transforment en entreprises du futur en basant leurs activités sur une connectivité fondée sur les APIs. D'un autre côté, se trouvent des entreprises qui ne disposent pas d'APIs et qui ont, par conséquent, du mal à innover et évoluer dans l'ère digitale. Les organisations digitales les plus performantes reconnaissent qu'elles gagnent en valeur lorsque leurs APIs sont connectées à un écosystème d'applications, de développeurs, de partenaires et d'expériences client plus grand.

## **Approche centrée sur le consommateur**

Traditionnellement, le terme « consommateur » est utilisé pour désigner les clients d'une entreprise B2C. Dans le monde des APIs, tous les clients sont techniquement des consommateurs mais tous les consommateurs ne sont pas des clients.

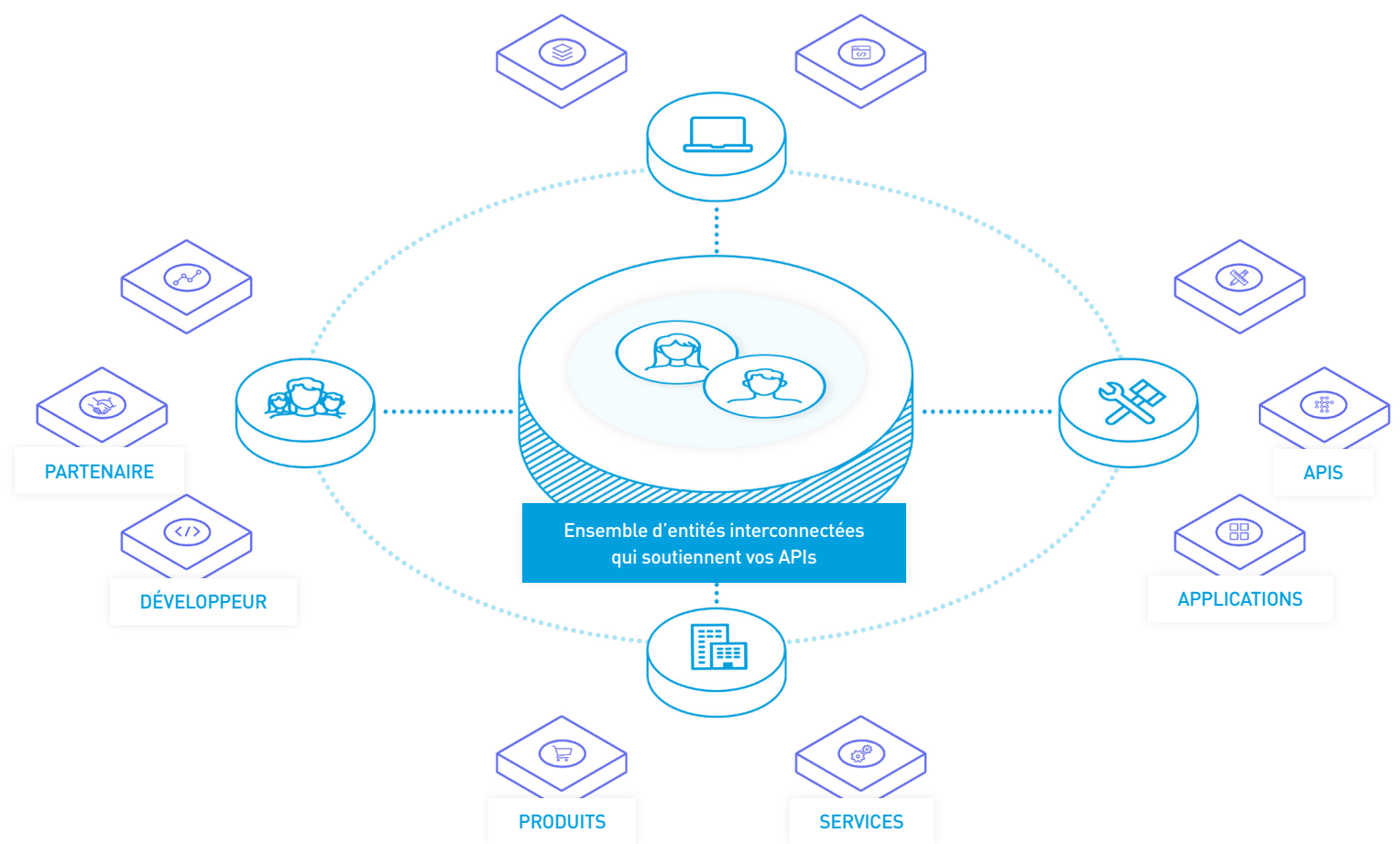
Le terme « consommateur » fait référence à quelqu'un ou quelque chose qui consomme ou utilise une API. Nous utilisons parfois l'expression « développeur consommateur » pour éviter toute ambiguïté. Elle désigne un développeur qui consomme des APIs au cours du développement d'une application, interne ou externe à une organisation. En revanche, un client est un client de l'organisation. Dans un contexte B2C ou B2B, il s'agit d'une personne ou d'une entreprise qui achète des biens ou des services à votre organisation.

La première étape vers la définition d'une expérience client exceptionnelle commence par une réflexion centrée sur le consommateur, une approche « outside-in » où les chefs d'entreprise :

- Imaginent la meilleure expérience client possible de bout en bout.
- Recrutent les partenaires nécessaires dans vos écosystèmes pour co-créeer cette valeur.
- Mettent en place la structure technologique fondée sur les APIs pour favoriser les expériences qui facilitent le succès des futures entreprises.

À mesure que l'économie des API se développe, un nombre croissant d'organisations co-créeent des produits fondés sur les API, en collaboration avec d'autres membres de l'écosystème dont les clients, les partenaires, les développeurs indépendants, les fournisseurs de logiciels, etc. Ces partenariats sont mutuellement bénéfiques pour tous ceux qui y participent et précieux pour leurs clients communs. Avec une nouvelle vision favorisant une approche centrée sur le consommateur, les organisations sont désormais disposées à réimaginer la création de valeur en collaboration avec leurs partenaires. Lorsque les écosystèmes sont organisés de manière à créer de la valeur pour toutes les parties prenantes, tout le monde y gagne : l'organisation qui héberge l'écosystème, les partenaires et les développeurs avec lesquels la valeur est créée, sans oublier le client qui bénéficie en fin de compte d'une expérience client unique.

# 7 étapes pour développer un écosystème d'APIs performant



Le Web regorge de bons conseils uniformisés sur les APIs et cela peut être déroutant pour les entreprises à différentes étapes du parcours de leur stratégie API. MuleSoft, en partenariat avec ProgrammableWeb, a observé et travaillé avec des milliers d'organisations à différents stades de développement des APIs. Les meilleures pratiques sont résumées en sept étapes clés :

# Étape 1

## Commencer par l'expérience client

Que votre consommateur final soit un client, une partie prenante interne ou un développeur, commencez par définir la meilleure expérience client ou le meilleur résultat métier possible, en évitant toute idée préconçue sur les limites ou les capacités de l'organisation.

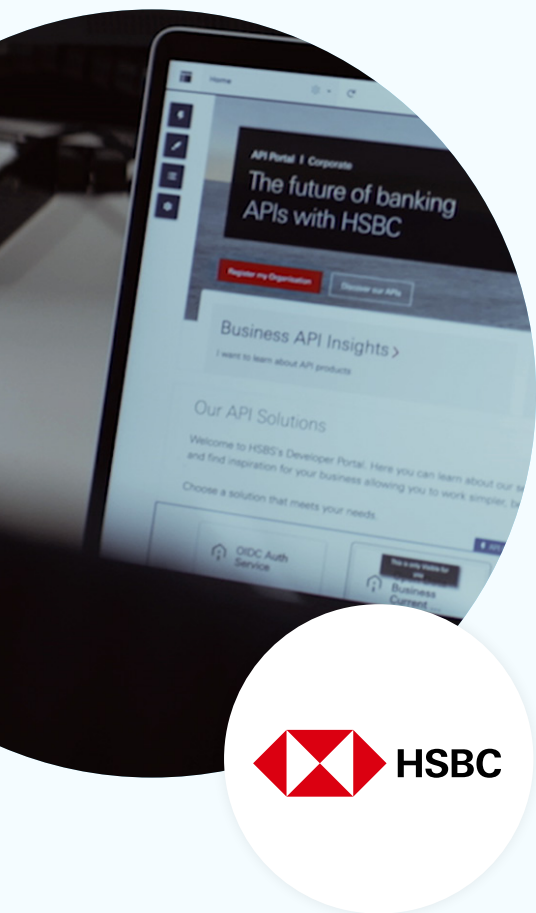
Cette approche est connue sous le nom de stratégie « outside-in » : elle s'appuie sur les besoins et les préférences des clients pour orienter la stratégie. La perspective outside-in est objective et axée sur les cas d'usage de vos consommateurs plutôt que sur la structure des données dans votre système. Cette approche tient compte à la fois des développeurs, des clients directs de l'API et des utilisateurs finaux de ces développeurs. La perspective outside-in requiert que l'imagination de l'organisation soit mise en commun. Par conséquent, il est conseillé que les équipes informatiques et commerciales se réunissent afin de brainstormer sur le développement de la prochaine génération d'expériences clients.



Témoignage client à la une

## HSBC

HSBC est une entreprise qui a mis en œuvre une stratégie « outside-in » efficace. L'entreprise a réalisé que la banque du futur consistera en une plateforme digitale, alimentée par un ensemble d'APIs offrant des expériences véritablement connectées et multicanales. HSBC a tiré parti de MuleSoft pour combiner les capacités d'expérience digitale de pointe du secteur avec le portail d'APIs, transformant ainsi la façon dont les équipes collaborent tout au long du cycle de vie d'un programme d'APIs. Avec MuleSoft, HSBC a pu transformer en APIs ses principaux produits bancaires, notamment les cartes de crédit, les prêts hypothécaires et les paiements, dans un réseau d'applications qui peut être facilement et rapidement assemblé pour créer de nouvelles expériences.



« Grâce à MuleSoft qui soutient notre programme d'APIs, HSBC est à la tête de l'innovation dans un écosystème tiers hautement compétitif dirigé par les développeurs. Nous avons réussi à réduire de 75% le temps de développement de notre application et à proposer de nouvelles fonctionnalités aux consommateurs toutes les deux semaines au lieu d'une fois par trimestre »

Dinesh Keswani, CTO et DSI du groupe de services bancaires digitaux de vente au détail, HSBC

[Lire le témoignage client de HSBC](#)

# Étape 2

## Adopter les principes d'écosystème

Considérez-vous que vos atouts technologiques constituent actuellement des capacités métiers différenciées ? Les organisations construisent des écosystèmes fondés sur des APIs qu'ils peuvent réutiliser dans l'économie des APIs et utiliser comme tremplin pour la croissance future. Les organisations auraient tout à gagner à adopter ces principes d'écosystème dans le cadre de la construction de l'entreprise du futur afin de développer de nouvelles innovations :

- Les APIs sont désormais considérées comme des produits et des services et certaines organisations ont des difficultés à adopter cette nouvelle vision, ce qui les freine considérablement dans l'accès à de nouvelles sources de revenus. Les organisations devraient briser leurs idées reçues et élargir leurs modèles économiques en permettant aux partenaires et aux développeurs de co-créeer de la valeur.



- En créant des produits d'APIs, les organisations doivent éviter de crouler sous des questions telles que « comment dois-je regrouper les produits ? » ou « comment dois-je commercialiser les produits », car ces questions deviennent rapidement accablantes. Soyez prêt à expérimenter, à connaître des échecs rapides et mesurés et à développer vos ressources API à mesure que votre écosystème évolue.
- Les organisations qui expérimentent à grande échelle ont également besoin d'avoir un état d'esprit axé sur les données mais également de directives pour la gestion et les opérations. Pour générer une valeur maximale, les dirigeants doivent continuellement évaluer les investissements dans leur écosystème - en fonction des revenus, de la productivité et de l'expérience client - afin d'identifier les domaines dans lesquels les APIs peuvent apporter une valeur ajoutée optimale. Les dirigeants doivent être rigoureux dans leur approche afin d'identifier les APIs qui ont le plus grand impact métier et la plus grande valeur stratégique tout en gardant à l'esprit l'importance des gains rapides.

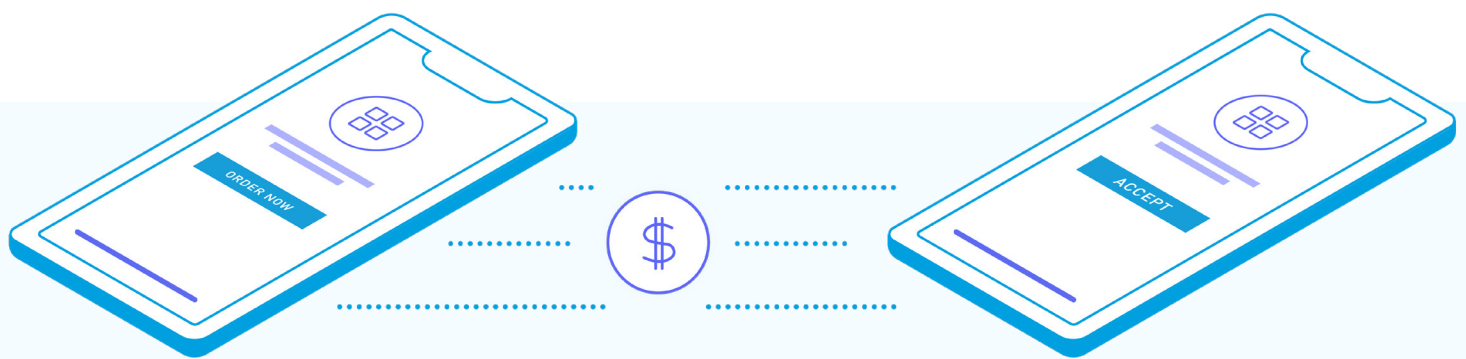
Les organisations ne devraient pas craindre de cannibaliser leurs propres activités pour des revenus à court terme ; elles devraient plutôt se concentrer sur le maintien de la fidélité de leurs clients à long terme, même si cela signifie qu'elles doivent s'ouvrir à d'autres entreprises pour être le point de contact des clients ou inclure les offres des concurrents dans leur expérience client de bout en bout pour améliorer la chaîne de valeur du client.

# Étape 3 :

## Définir un modèle économique d'APIs

Pour mettre en place un écosystème d'APIs durable au sein d'une organisation, il est important de définir une approche de monétisation fondée sur la valeur que les données et les APIs apportent aux différentes cibles. Les modèles économiques d'APIs sont segmentés en deux branches : interne et externe.

Pour les produits d'APIs internes, les organisations doivent évaluer leurs investissements en API en fonction de la diminution des dépenses opérationnelles, de la valeur générée par la modernisation des systèmes legacy et des gains en efficacité.



Pour les produits d'APIs externes, les organisations doivent réfléchir aux modèles économiques susceptibles d'ouvrir de nouvelles sources de revenus ou de précieuses opportunités métiers. Pour mettre en place une stratégie digitale durable, les organisations doivent examiner une variété de modèles économiques pour générer de la valeur à long terme. Il s'agit notamment, mais pas exclusivement, des modèles suivants :

- **Programmes de partenariat** pour s'intégrer avec des partenaires ciblés. Les organisations peuvent explorer des stratégies génératrices de revenus telles que le partage des recettes et les modèles de plateformes partagées pour faire progresser les compétences fondamentales des deux parties.

- **Productisation d'APIs** destinées à être en libre-service et à être accessible au public. Les dirigeants des organisations doivent évaluer et déterminer quelle approche de monétisation sera la plus stratégique à long terme. Les exemples incluent la monétisation directe d'APIs autonomes basées sur une variété de formules de consommation ou l'utilisation d'APIs pour créer des opportunités de ventes incitatives à travers les différents niveaux d'abonnement de la plateforme.
- **Standardisation des APIs** pour se conformer aux réglementations gouvernementales ou pour suivre une norme sectorielle.

Les organisations rentabilisent au mieux leurs investissements en APIs lorsqu'elles surveillent en permanence leur modèle économique, identifient de nouvelles opportunités et les adaptent à leur écosystème.

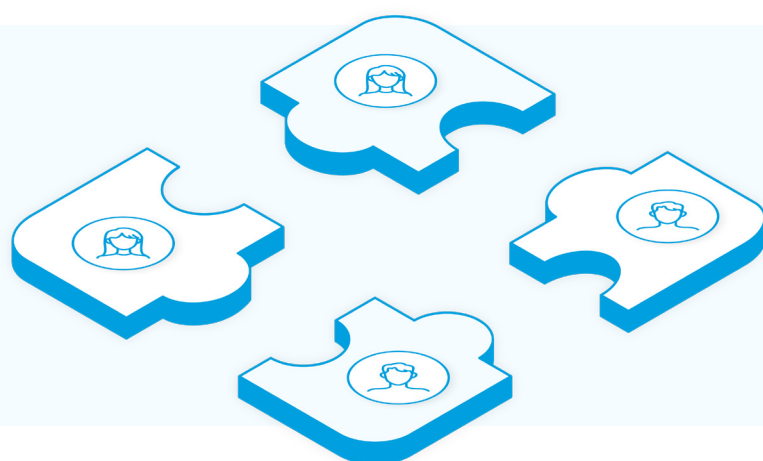
# Étape 4

## Collaborer avec des partenaires et co-créer de la valeur

Une fois que vous avez identifié les expériences et les résultats de vos clients, conciliez-les avec les compétences et les capacités principales de votre organisation. Voici ce que vous pourrez constater :

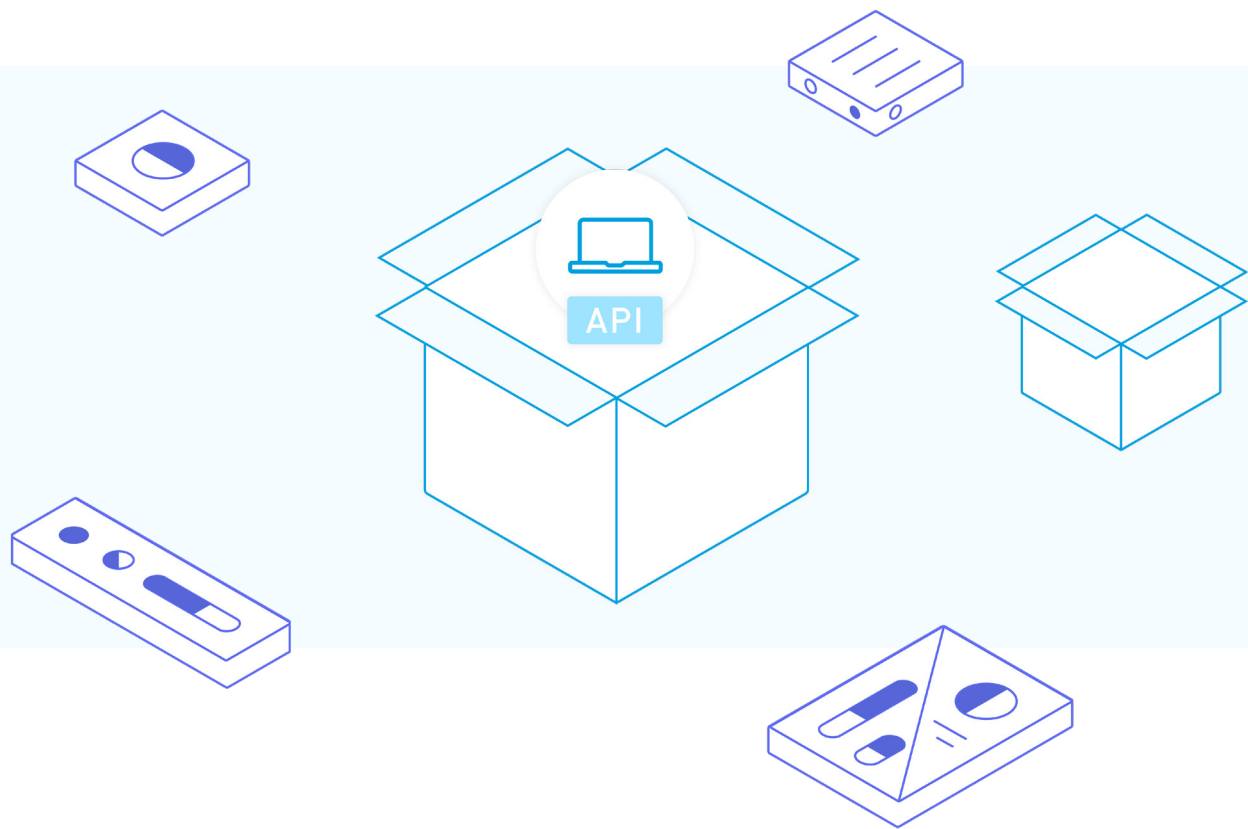
- Dans la plupart des cas, si le processus de réflexion n'a pas été entravé par des idées préconçues, vous constaterez des lacunes dans les capacités de votre organisation. En termes de délai de mise sur le marché, résistez à la tentation de combler ces lacunes avec autre chose que des ressources fournies par des tiers ou des partenaires.
- Identifiez les meilleurs partenaires pour rejoindre votre écosystème afin de combler ces lacunes et devenir vos co-créateurs pour offrir une expérience client exceptionnelle.
- Choisissez les modèles économiques qui garantissent une valeur durable à votre organisation ainsi qu'aux membres de votre écosystème. Soyez prêt à discuter de votre stratégie et des résultats lors du recrutement de co-créateurs.

Si votre stratégie inclut la participation de développeurs tiers anonymes avec lesquels vous n'avez pas de relation commerciale, commencez à réfléchir à la manière dont vous allez commercialiser cette API en tant que produit. Les hackathons sont un excellent moyen d'apprendre comment les développeurs tiers pourraient s'associer à votre offre de produits d'APIs à l'avenir.



# Étape 5

## Concevoir et fournir des produits d'APIs



Finalisez les conceptions d'APIs et les systèmes nécessaires à votre écosystème d'APIs performant, développez des APIs puis déployez-les en toute sécurité à l'aide d'une solution de gestion du cycle de vie complet des APIs.

Les produits d'APIs efficaces aident leurs consommateurs à réussir et facilitent une adoption élevée des APIs. Les développeurs qui créent de telles APIs ont ainsi la capacité de les construire rapidement en utilisant les ressources existantes plutôt que de passer des heures à les développer à partir de zéro.

Témoignage client à la une

## Big Bus

Big Bus, en partenariat avec MuleSoft, a optimisé son écosystème de développeurs. Il était essentiel pour Big Bus de transformer radicalement sa stratégie digitale pour s'intégrer rapidement avec de nouveaux partenaires en ligne, en fournissant à l'équipe un accès en temps réel à la réservation sur plusieurs canaux. Grâce à Anypoint Platform de MuleSoft, l'entreprise a adopté la connectivité fondée sur les APIs, rapidement créé des APIs et collaboré avec 1 000 partenaires dans 27 pays pour accéder à leurs produits d'APIs de réservation.

Avec une équipe réduite de huit personnes, Big Bus a construit des APIs réutilisables pour développer rapidement de nouvelles fonctionnalités et les mettre sur le marché, atteignant une réutilisation de 30 à 50% pour les intégrations sur mesure. Ce qui n'était au départ qu'une opportunité de collaborer avec des partenaires a donné naissance à de multiples produits digitaux sur sites Web et sur mobile, améliorant considérablement l'expérience client et générant ainsi une augmentation des revenus de 26% chaque année.



**BIG  
BUS**

« Grâce à MuleSoft, nous construisons des APIs réutilisables qui nous permettent de nous intégrer plus rapidement avec nos partenaires et de nous concentrer davantage sur l'innovation pour améliorer l'expérience client ».

Richard Smith, vice-président senior  
des technologies, Big Bus

[Lire le témoignage client de Big Bus](#)

# Étape 6

## Favoriser la consommation d'APIs

Comme pour tout produit sur le marché, conduire à l'adoption est un élément clé d'un investissement réussi dans les APIs. Les stratégies d'APIs doivent inclure des campagnes d'adoption bien planifiées, complétées par une sensibilisation et un marketing appropriés auprès des clients. La segmentation des développeurs et la mise en place de programmes pilotes avec des segments individuels sont des éléments clés pour mener une stratégie de relations avec les développeurs.

Créez des personas pour les segments de développeurs ciblés et concentrez-vous sur la messagerie pour stimuler l'utilisation des APIs. Mesurez vos performances en surveillant rigoureusement l'utilisation, le trafic et d'autres indicateurs clés. Afin de piloter tous les composants clés d'un programme d'APIs, les organisations ont besoin d'un portail de développement robuste pour constituer le lien de communication entre toutes les personnes concernées.

Idéalement, la solution de gestion du cycle de vie complet des APIs adoptée par votre organisation devrait également permettre d'impliquer vos partenaires et développeurs dans vos expériences de marque. Si votre organisation doit mettre en place des programmes pilotes pour identifier le segment de consommateurs le plus réactif, des hackathons éducatifs peuvent également stimuler la consommation d'APIs et fournir un retour d'information important pour améliorer l'expérience des développeurs, y compris sur l'API elle-même.

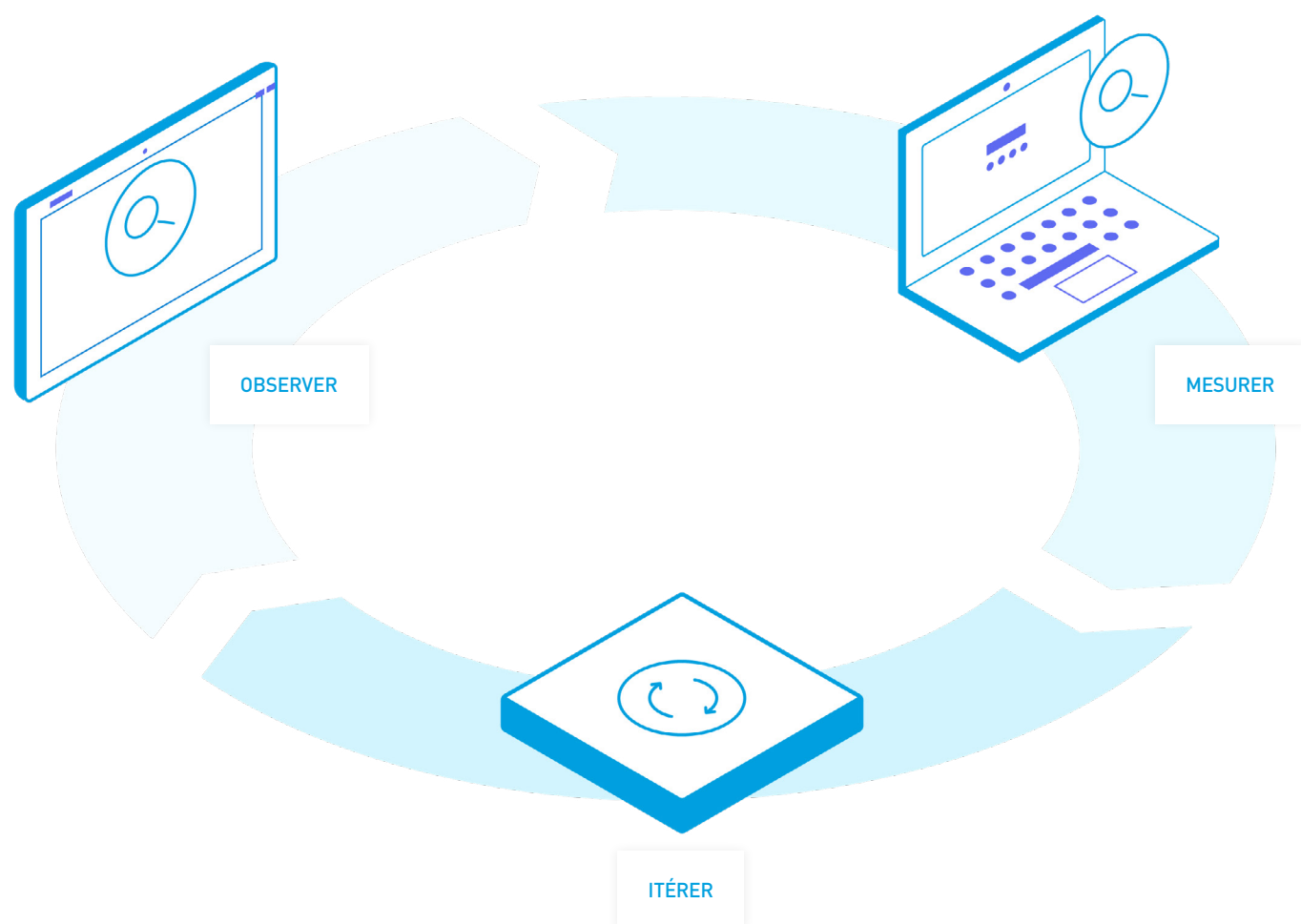


# Étape 7

## Observer, mesurer, itérer et répéter

Surveillez rigoureusement les indicateurs de l'entreprise et veillez à rester proche des membres de l'écosystème pour mettre en évidence les réussites, repérer les anomalies, mettre en avant des opportunités imprévues et itérer si nécessaire.

Les organisations doivent continuellement chercher à réaliser des améliorations en surveillant les erreurs, les mesures d'utilisation et les autres résultats stratégiques souhaités. Les dirigeants de l'organisation doivent également examiner l'ensemble du portefeuille d'APIs de manière cohérente et prêter attention aux tendances historiques afin de mieux évaluer les APIs à promouvoir ou à retirer.





# Conclusion

La conception d'un écosystème d'APIs efficace nécessite une nouvelle façon d'envisager les partenariats, des modèles économiques réimaginés et, surtout, un rythme de développement accéléré. Pour implémenter efficacement les stratégies d'APIs, les organisations doivent établir un modèle de gouvernance centralisé pour suivre les progrès de l'écosystème par rapport aux objectifs métiers déclarés, ce qui revient donc à mesurer l'impact de l'investissement sur le résultat net de l'organisation. Avec un secteur en constante évolution et des attentes clients croissantes, les organisations doivent rester agiles, fournir des prestations plus rapidement et maximiser les investissements. Tout commence avec les APIs :

- Comment assurer la création de valeur avec vos APIs ?
- Comment augmenter la productivité des développeurs et des partenaires ?
- Comment maintenir un écosystème d'APIs durable et performant ?

La valeur que vos APIs apportent aux consommateurs, tant à l'intérieur qu'à l'extérieur de votre organisation, devient essentielle.

# Mise en place d'un écosystème d'APIs performant

MuleSoft peut vous aider et ce, peu importe que votre organisation commence tout juste à mettre en place un écosystème d'APIs ou qu'elle en développe déjà un et cherche à stimuler leur consommation, à mesurer le succès et à mieux impliquer les consommateurs :

## **Rendez-vous sur notre hub des stratégies d'APIs**

Découvrez le rôle que jouent les APIs dans votre stratégie digitale, obtenez un guide détaillant étape par étape comment créer un écosystème d'APIs et obtenez des informations sur les principales organisations qui appliquent les dernières tendances en matière d'APIs.

[Accéder au hub des stratégies d'APIs](#)

## **Assistez à un atelier sur les APIs**

Démarrez la transformation digitale de votre organisation grâce à des ateliers sur les APIs approfondis d'une journée— allant de la définition d'une stratégie d'APIs efficace à l'adoption de principes de conception de systèmes logiciels fondée sur les APIs, en passant par l'entretien d'un écosystème d'APIs.

[Afficher les ateliers](#)

## **Adoptez une plateforme fiable pour la gestion des APIs**

Découvrez comment Anypoint Platform , nommée 3 fois leader Magic Quadrant, peut non seulement aider votre équipe à concevoir, tester et publier rapidement des produits d'APIs, mais également à soutenir une communauté de développeurs.

[Contacter MuleSoft](#)

# À propos de MuleSoft

## MuleSoft, une société Salesforce

MuleSoft, la plateforme d'intégration et d'API, N°1 dans le monde, permet de connecter les données de n'importe quel système pour créer des expériences personnalisées plus rapidement. Des milliers d'organisations de tous les secteurs d'activité font confiance à MuleSoft pour devenir plus rapides, agiles et innovants à grande échelle. En intégrant les systèmes IT et en créant une vue unifiée des données grâce à des APIs réutilisables, les entreprises peuvent facilement composer des expériences connectées tout en maintenant la sécurité et la gouvernance. Grâce à la connectivité dirigée par les APIs, les clients de MuleSoft libèrent de nouvelles capacités commerciales et créent des réseaux d'applications qui offrent une valeur ajoutée exponentielle. MuleSoft est la seule plateforme unifiée pour l'iPaaS d'entreprise et la gestion complète du cycle de vie des APIs. La plateforme peut être déployée sur n'importe quel cloud ou sur site avec un seul et unique moteur d'exécution.

Pour plus d'informations, rendez-vous sur [mulesoft.com](https://mulesoft.com)

*MuleSoft est une marque déposée de MuleSoft LLC, une société Salesforce.*

*Toutes les autres marques sont celles de leurs propriétaires respectifs.*