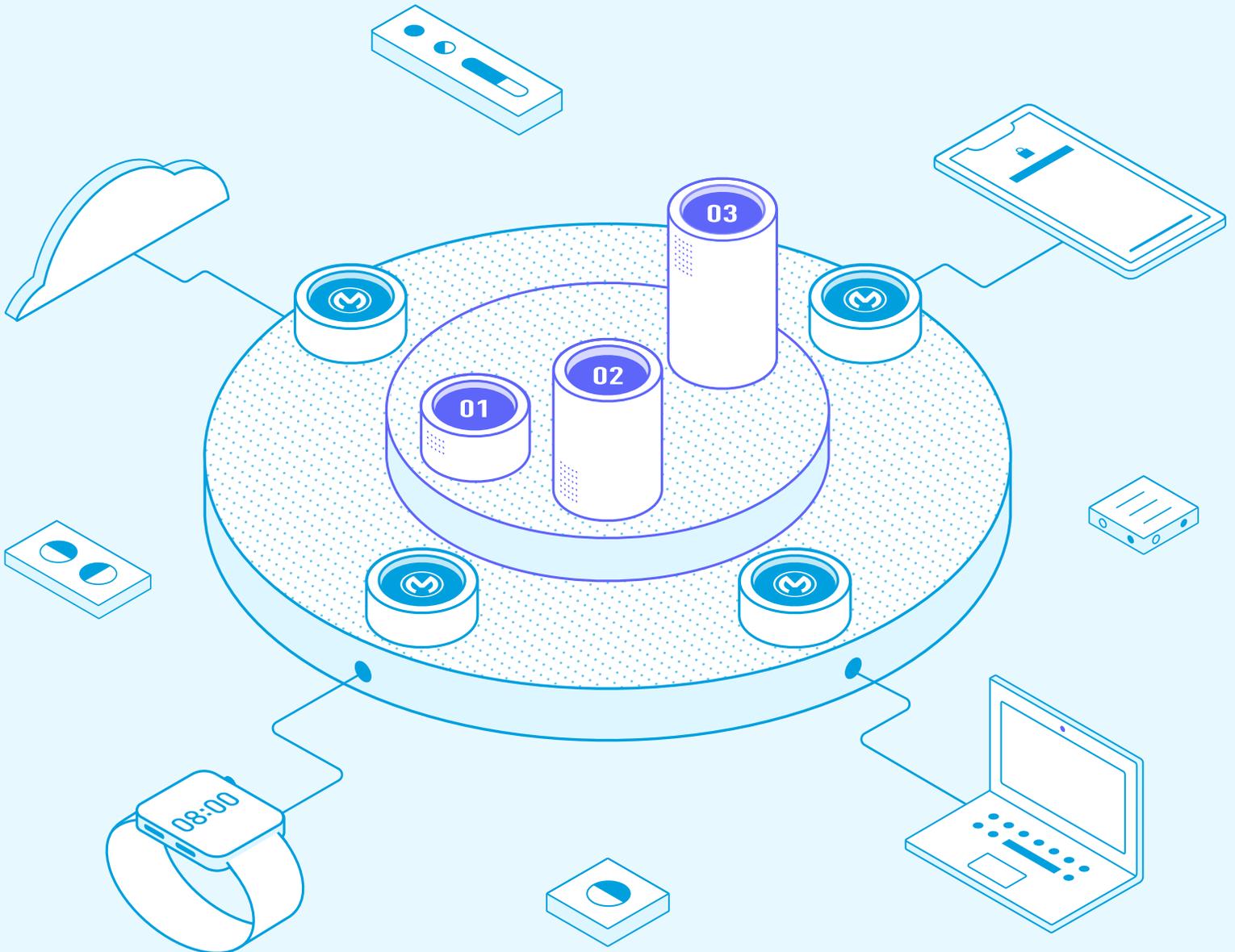


API : bien choisir son modèle économique

3 étapes pour optimiser la valeur de vos API



Sommaire

Introduction	03
Les 3 étapes clés pour choisir le bon modèle économique et tirer le meilleur parti de vos API	05
Étape 1 : identifier votre public cible	06
Étape 2 : définir votre objectif et les bénéfices attendus	07
Étape 3 : choisir un modèle économique d'API pertinent	08
Engranger les bénéfices des API	22
Créer des expériences orientées développeurs pour soutenir les écosystèmes d'API	22
Définir les paramètres de monétisation	22
L'échange de valeur, socle d'un modèle économique durable	23
Conclusion	24
Choisir le bon modèle économique d'API, un pré-requis incontournable	25

Introduction

Dans un contexte marqué par des attentes clients particulièrement mouvantes, de plus en plus d'organisations élargissent leur écosystème numérique pour atteindre de nouvelles cibles et créer davantage d'expériences client connectées. L'expansion de ces écosystèmes redéfinit les contours traditionnels des différents marchés.

Les pionniers tels qu'Amazon, Wells Fargo et Splunk réorganisent les marchés en repoussant les frontières de leurs écosystèmes. Pour ce faire, ils tirent profit de plateformes qui reposent sur la connectivité fondée sur les API (API-led Connectivity). Autrefois considérées comme de simples outils de connectivité, les API constituent désormais le pont indispensable qui relie les compétences clés d'une organisation à de nouveaux canaux afin d'améliorer le contact avec les clients.

Alors que **80 % des entreprises** utilisent des API, seulement 12 % ont mis en place cette stratégie à la demande de la direction. Or, sans stratégie officielle, la valeur des API se réduit à celle d'un simple outil destiné à faciliter l'implémentation des projets. En revanche, si les API répondent à d'autres objectifs (former de nouveaux partenariats, monétiser des assets et ouvrir des perspectives d'innovation), il devient nécessaire d'**établir une stratégie d'API officielle** et **d'adopter des principes d'écosystème**.

Selon McKinsey, la redistribution des revenus entre les différents secteurs au sein de l'économie des API pourrait rapporter jusqu'à **1 milliard de dollars** de bénéfices économiques au niveau mondial. Que vous débutiez dans l'économie des API ou que vous ayez déjà défini une stratégie en la matière, vous pourrez progresser dans l'économie des API en adoptant une approche pragmatique pour choisir un modèle économique d'API. Dans ce livre blanc, nous aborderons la manière dont les API peuvent, en tant que produits ou services, ouvrir de nouvelles perspectives de monétisation ou d'innovation.

Les API génèrent de la valeur, pas uniquement des revenus

De nombreuses organisations réduisent à tort les modèles économiques d'API à de simples outils de monétisation, considérant les API comme un canal permettant de générer des revenus directs. Bien qu'il soit essentiel de concevoir une stratégie de monétisation, les modèles économiques d'API représentent bien plus que cela. Ils constituent un moyen de capturer et de mesurer efficacement la valeur économique d'une API en vous permettant d'identifier la manière d'associer les indicateurs techniques et commerciaux. Une stratégie d'API peut servir de point de départ à une entreprise qui souhaite s'orienter vers un modèle économique de plateforme. Cependant, l'objectif fondamental d'un bon modèle économique d'API est plus vaste encore : il fournit un cadre permettant de vous aligner sur votre stratégie digitale globale et de créer une infrastructure autour d'[un écosystème d'API](#).

« Le bon modèle économique d'API fournit un cadre permettant de vous aligner sur votre stratégie digitale globale et de créer une infrastructure autour d'un écosystème d'API. »

Avant de choisir un modèle économique

Au lieu de vous concentrer uniquement sur une API, vous devez avoir une vision globale de la manière dont une API s'inscrit dans votre écosystème. Afin de mieux identifier le rôle d'un modèle économique dans un écosystème, consultez la [méthodologie en 7 étapes pour développer un écosystème d'API](#).

Pour favoriser la durabilité des écosystèmes d'API de votre organisation, il est nécessaire de définir les bons modèles économiques d'API et d'identifier la valeur qu'une API donnée peut apporter aux parties prenantes. Le processus d'identification de la valeur est en soi une savante combinaison d'art et de science qui nécessite une infrastructure et le soutien des parties prenantes. Pour vous frayer un chemin, posez-vous ces questions clés avant de choisir un modèle économique :

- Quelles sont vos assets et capacités clés ?
- Qui sera intéressé par vos assets et pourquoi ?
- Qui sont vos concurrents ? Au-delà des entreprises du secteur, tout écosystème numérique atteignant vos clients est un concurrent.
- Quelle est la proposition de valeur qui vous différencie de la concurrence ?
- Avec qui devriez-vous vous associer pour combler vos lacunes actuelles en termes de compétences ?

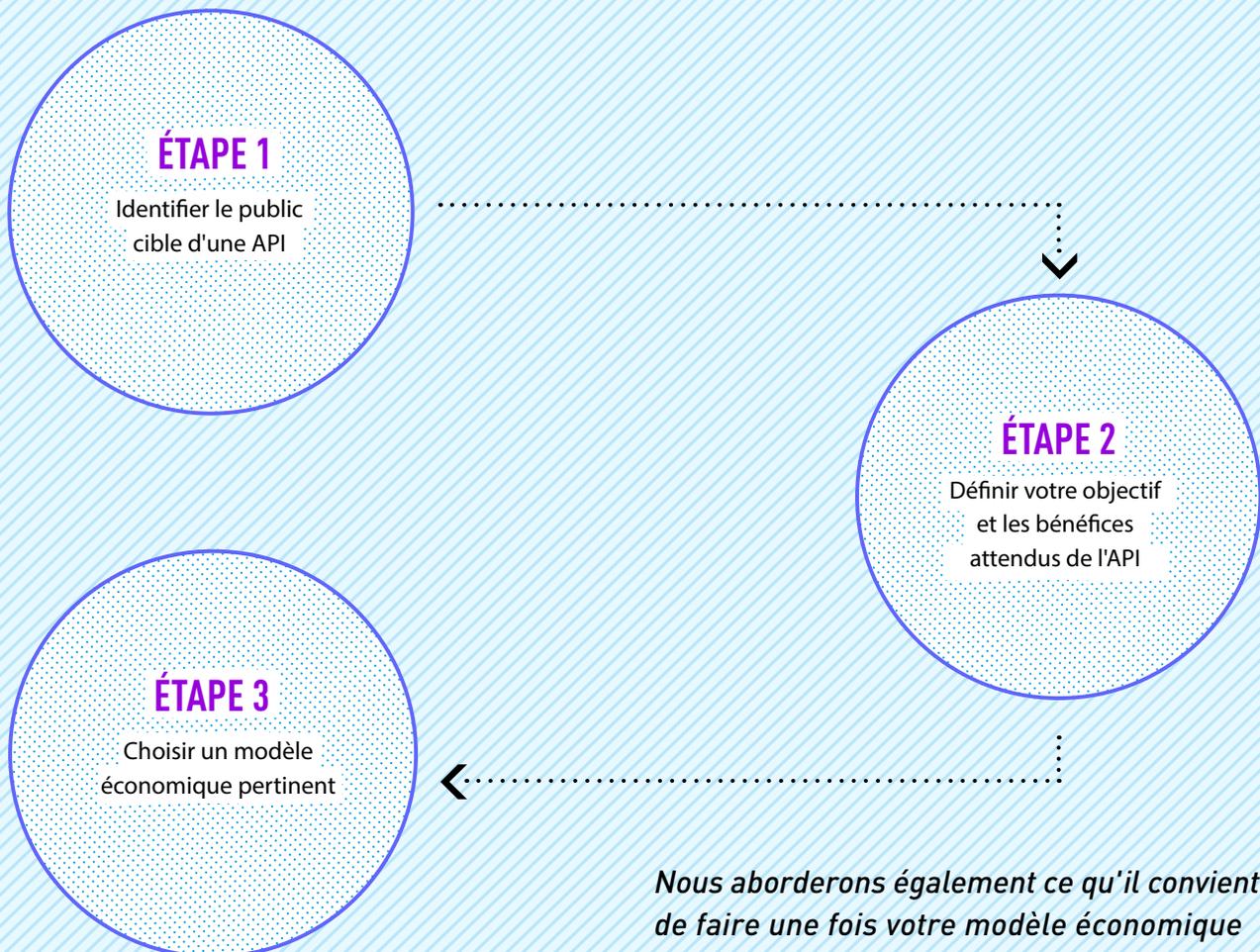
Les 3 étapes clés pour choisir le bon modèle économique et tirer le meilleur parti de vos API

Bien que les API soient omniprésentes, la création d'un modèle économique d'API durable reste un processus en constante évolution qui nécessite des approches nuancées.

En partenariat avec ProgrammableWeb, nous avons travaillé sur les modèles économiques d'API à différents stades de leur développement dans des milliers d'entreprises. Cette expertise approfondie

nous a permis d'élaborer un guide dans lequel vous pourrez sélectionner le modèle économique le plus approprié à votre entreprise et tirer le meilleur parti de vos API.

Les étapes sont les suivantes :



Nous aborderons également ce qu'il convient de faire une fois votre modèle économique choisi afin d'assurer la réussite de vos API sur le long terme.

Identifier votre public cible

L'objectif des écosystèmes d'API est de créer de la valeur pour l'ensemble des parties prenantes. La première étape à suivre pour choisir le bon modèle économique d'API consiste à identifier les trois acteurs fondamentaux de la chaîne de valeur des API :

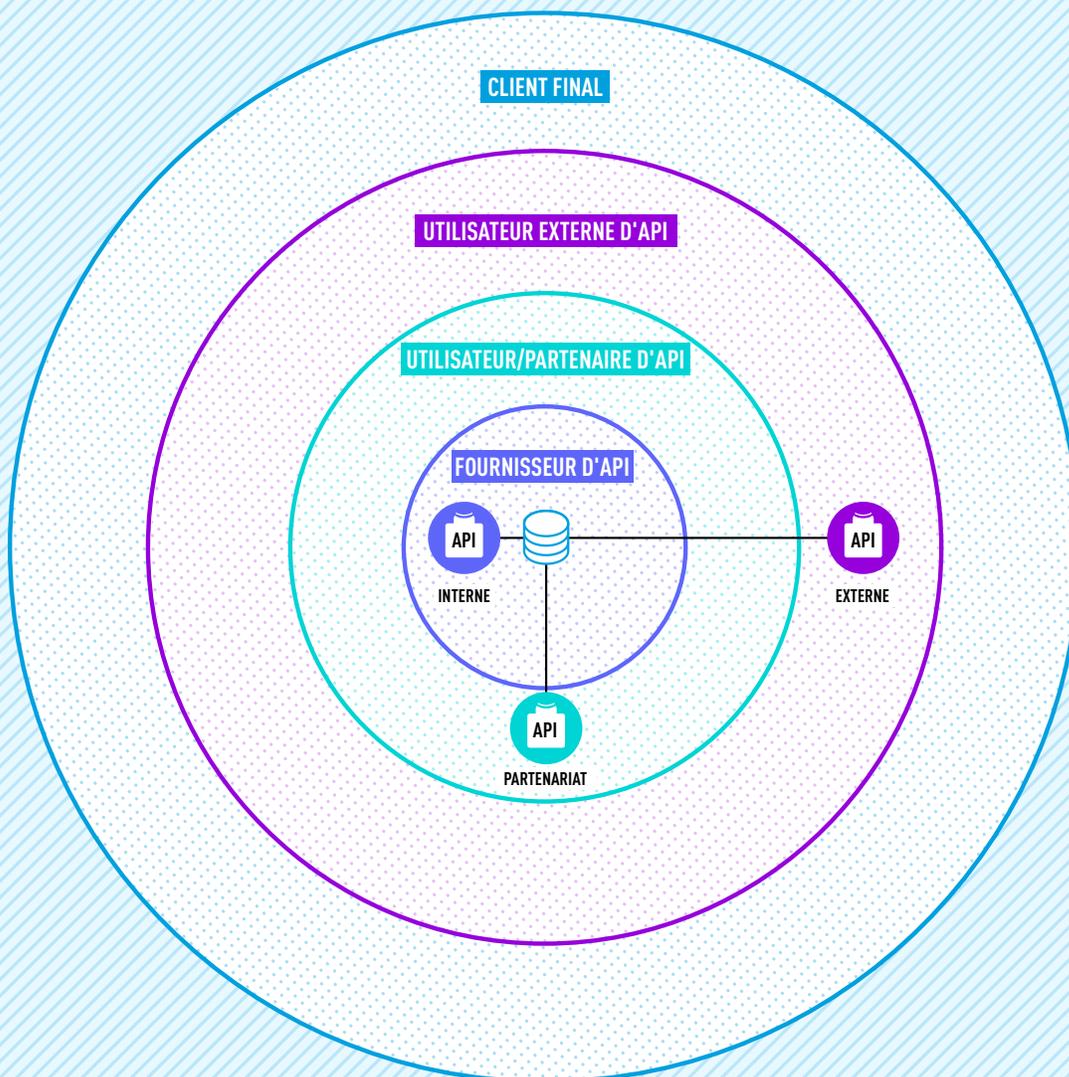
→ **Fournisseur d'API** : partie prenante qui crée un produit API ;

→ **Utilisateur d'API** : partenaire, partie prenante qui utilise l'API afin de créer de nouvelles expériences pour le client final ;

→ **Client final** : utilisateur final qui bénéficie de l'utilisation de l'API.

Les clients finaux et les utilisateurs d'API peuvent être internes ou externes à votre organisation.

Les 3 acteurs fondamentaux de la chaîne de valeur des API



Définir votre objectif et les bénéfices attendus

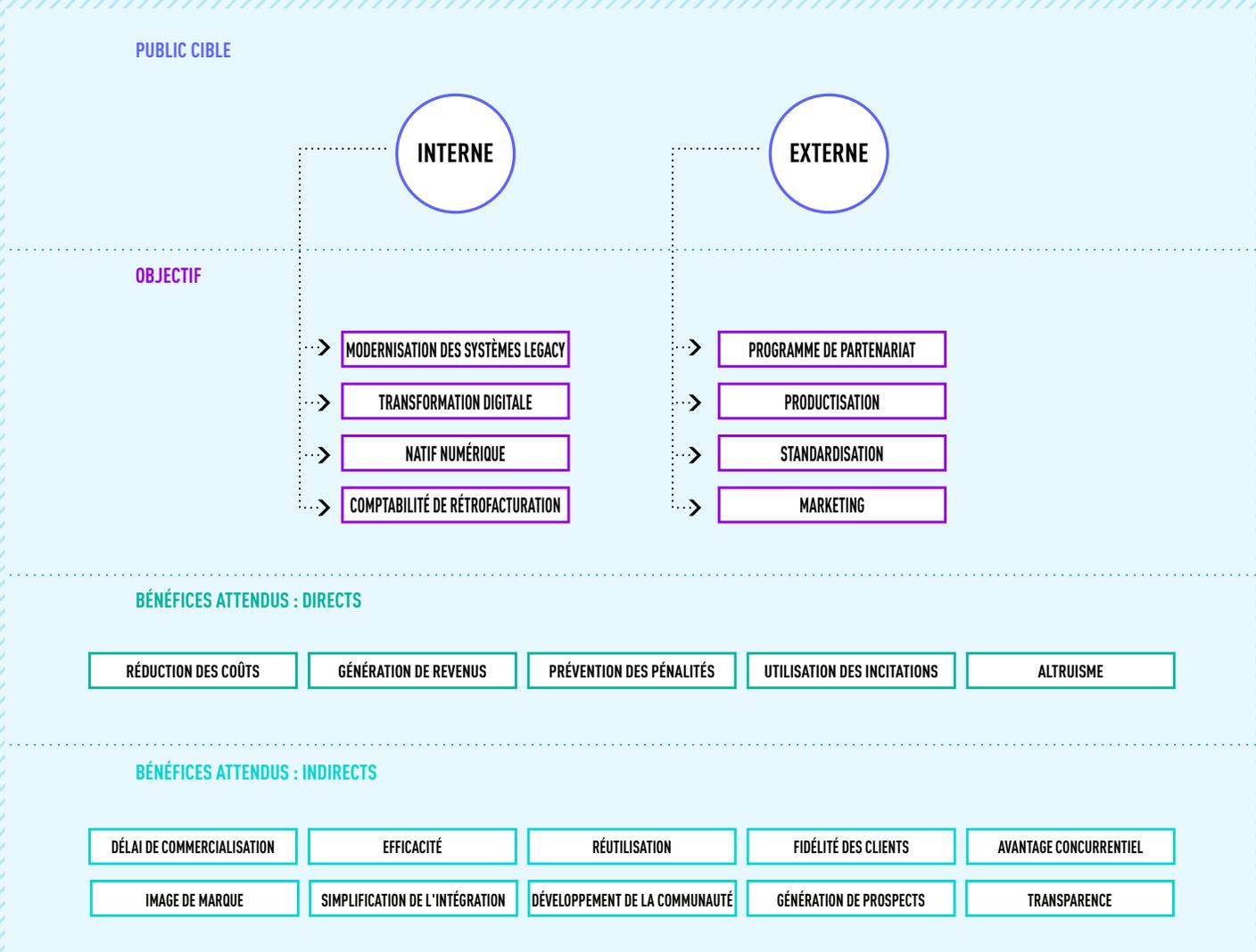
La deuxième étape consiste à définir la raison d'être de l'API, c'est-à-dire l'objectif et les bénéfices attendus.

Toutes les API ne sont pas conçues pour générer de la valeur directe. Par exemple, les API utilisées dans le cadre de la modernisation de systèmes legacy ou de projets de transformation digitale permettent d'accroître la valeur sous la forme d'économies de temps

ou d'argent. Définir une stratégie d'API globale vous permettra de définir et d'articuler cette valeur indirecte.

En considérant le public cible, les objectifs poursuivis et les bénéfices attendus (voir image ci-dessous), il est possible d'établir la structure de son modèle économique spécifique.

Cadre des différents modèles économiques d'API



Choisir un modèle économique d'API pertinent

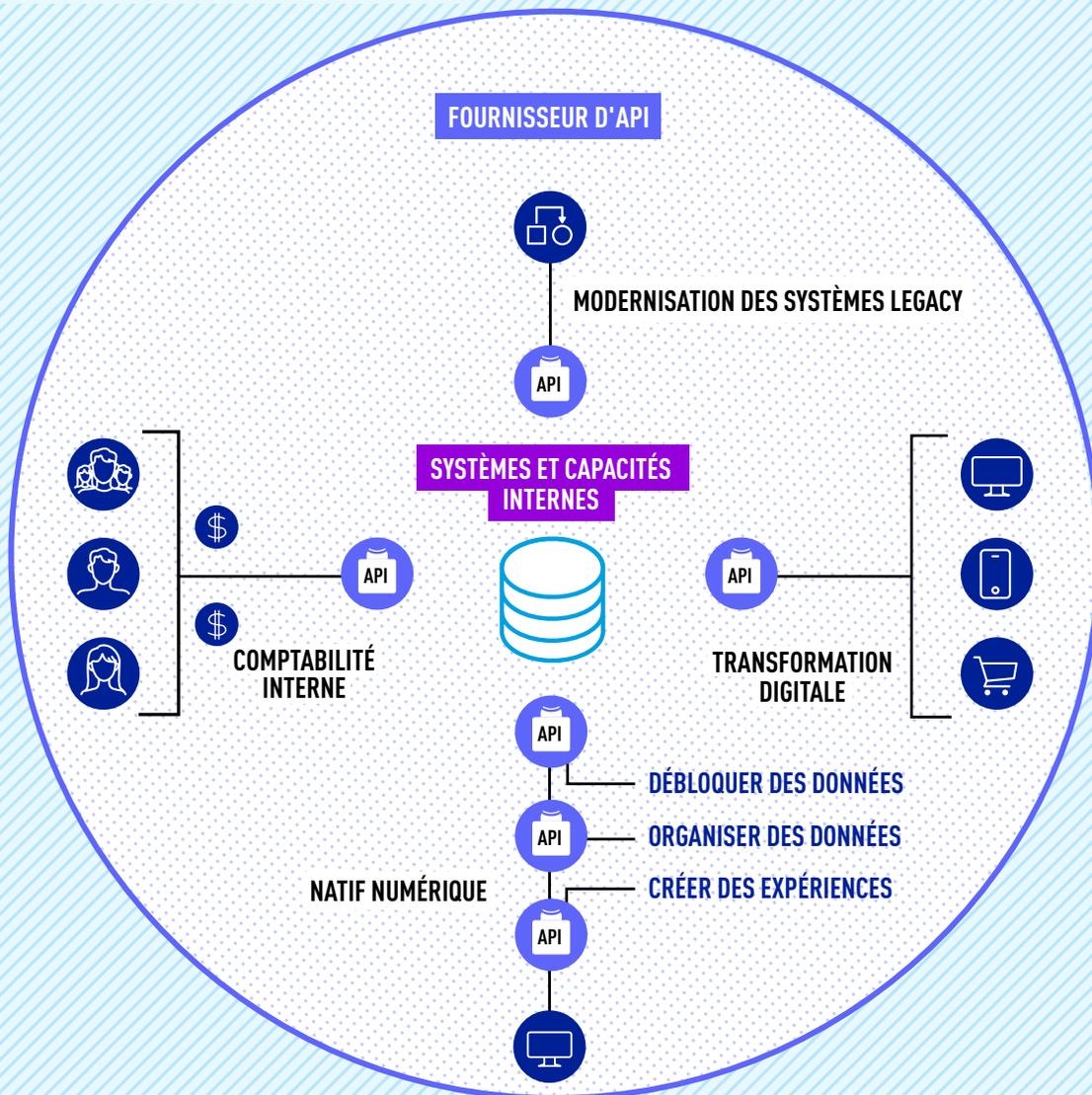
Maintenant que vous avez identifié votre public cible et défini l'objectif et les bénéfices attendus de votre API, vous pouvez choisir le modèle économique adapté sur la base du cadre ci-dessus.

La partie suivante du guide présente les principaux modèles économiques d'API à partir des différentes combinaisons issues du cadre présenté dans la page précédente.

Interne

Les organisations de tous secteurs se tournent de plus en plus vers les API pour transformer leur infrastructure technologique et ainsi pouvoir prendre en charge les technologies de dernière génération. Les API rationalisent les opérations en associant les outils commerciaux existants et les innovations. Si les API sont utilisées pour le

Modèles économiques d'API internes



développement interne, les investissements doivent être évalués au regard de l'ampleur de la réduction des dépenses opérationnelles, de l'augmentation de l'efficacité ou de l'amélioration de l'agilité procurées par la modernisation des architectures monolithiques. Pour tenir compte de la valeur des investissements internes, vous devez choisir un modèle économique d'API basé sur vos objectifs, parmi lesquels :

- la modernisation des systèmes legacy
- la transformation digitale
- les pure players
- la rétrofacturation

Modernisation des systèmes legacy

Les investissements visant à moderniser les systèmes legacy utilisent les API pour simplifier la gestion de l'infrastructure logicielle. Les entreprises au système IT obsolète modernisent leur infrastructure technologique pour pouvoir concurrencer les start-ups. Ces efforts de modernisation sont créateurs de valeur via :

- la réduction des coûts, les API permettant de remplacer les systèmes existants coûteux par des systèmes tout aussi composables et rentables ;
- la réduction des délais de commercialisation, ce qui permet de mieux répondre aux nouvelles pressions et aux innovations commerciales (par exemple les initiatives des concurrents, les exigences des clients, les réglementations gouvernementales, etc.).

Transformation digitale

Les efforts de transformation digitale favorisent l'amélioration constante de l'expérience client et font évoluer la technologie sous-jacente, accélérant ainsi la mise à disposition de ces expériences sur le marché. Les API constituent le fondement même de cette démarche : elles permettent de mettre en œuvre les données et fonctionnalités de toute l'entreprise pour donner lieu à des expériences et des outils digitaux nouveaux et plus facilement composables. Ces efforts sont cruciaux : **90 % des responsables informatiques affirment que** leurs revenus vont chuter s'ils ne parviennent pas à mener à bien leurs initiatives de transformation digitale au cours des 5 prochaines années. La transformation digitale permet aux organisations de :

- moderniser l'infrastructure existante, en augmentant la rentabilité, en favorisant la réutilisation et en améliorant l'efficacité via la résolution des problèmes liés à la capacité de livraison des services informatiques ;
- accélérer la commercialisation des nouvelles expériences utilisateur, indépendamment de la plateforme ;
- fidéliser les clients en proposant des expériences client innovantes grâce à l'utilisation de nouvelles API internes ou d'API d'autres organisations ;
- créer des lignes de revenus supplémentaires en utilisant les API pour activer de nouveaux canaux commerciaux digitaux et points de contact avec les clients.

TÉMOIGNAGE CLIENT

Airbus



AIRBUS



Pour répondre aux demandes croissantes, Airbus a choisi de privilégier les API, en débloquant les données de ses plateformes legacy afin d'optimiser les processus liés à la fabrication et à la chaîne logistique. Le délai de commercialisation des projets informatiques est ainsi passé de quatre mois à seulement quatre à six semaines.

CHRIS TAYLOR, VICE-PRÉSIDENT, DIGITAL ACCELERATOR

La conception, la qualité, les performances, la sûreté et le confort d'Airbus sont une référence dans le domaine de l'aviation. Avec environ 25 000 vols chaque jour, des avions Airbus décollent et atterrissent toutes les 1,4 seconde, et la demande devrait doubler dans les 15 prochaines années. Airbus a donc dû accélérer sa production d'appareils tout en réduisant les coûts et en gagnant en efficacité

de manière durable. Comme les systèmes legacy de la Société ne pouvaient pas soutenir une telle croissance, Airbus a dû révolutionner son approche digitale en passant d'une entreprise de production industrielle à une société de technologie.

[Lire le témoignage client d'Airbus](#)



TÉMOIGNAGE CLIENT

Royal Bank of Canada



MuleSoft a joué un rôle essentiel en permettant à notre équipe informatique de réunir nos technologies legacy et nos plateformes modernes. Nous avons désormais une vue unique de chaque client. De plus, grâce à cet outil, les clients sont intégrés en 24 minutes seulement, au lieu de plusieurs semaines auparavant.

GREG BELTZER, RESPONSABLE DE LA TECHNOLOGIE, RBC WEALTH MANAGEMENT

L'excellence en matière d'expérience client constitue aujourd'hui le nerf de la guerre pour les entreprises de services financiers. Pour rester compétitive, Royal Bank of Canada (RBC) a dû élargir sa démarche digitale afin d'offrir à ses clients comme à ses conseillers une expérience de gestion du patrimoine fluide.

Avec MuleSoft, l'équipe de RBC a créé des API réutilisables pour débloquer et intégrer des

données cloisonnées dans la base de données des clients ainsi que dans d'autres systèmes on-prem, legacy et cloud. Grâce à ces API, l'équipe a pu entièrement dématérialiser le processus d'intégration et d'ouverture de compte, réduisant le temps d'intégration des nouveaux clients à 24 minutes.

[Lire le témoignage client de RBC \(en anglais\)](#)

Pure players

Les modèles des pure players (par exemple Uber, Amazon ou Spotify) dotent leurs applications d'API pour créer des expériences cohérentes sur tous les canaux. Dans ces modèles, les API agissent comme une source unique de référence, préservant la longévité de la plateforme grâce à la décomposition des fonctionnalités en microservices. Parmi les principaux avantages de cette solution, on peut citer :

- l'amélioration de l'efficacité grâce à la réutilisation des architectures de microservices dans différents environnements ;
- la suppression des coûts de diffusion des informations entre les canaux ;
- l'avantage concurrentiel induit par l'utilisation d'informations clients provenant des différents points de contact, l'extension des capacités de base et l'avance prise sur les concurrents s'appuyant sur une infrastructure technologique traditionnelle.

Airbnb a toujours été un pure player centré sur le mobile. En donnant la primauté aux API, Airbnb a réduit les incohérences au sein de la plateforme en consolidant le développement, ce qui a permis d'améliorer l'efficacité opérationnelle interne dans son ensemble. Aujourd'hui, l'entreprise s'oriente vers l'adoption d'une source unique de référence : une API graphiste interne qui distribue le contenu Airbnb sur toutes les plateformes.

Rétrofacturation

Les modèles de rétrofacturation permettent de visualiser l'utilisation des ressources informatiques dans l'ensemble de l'organisation. Lorsque celles-ci sont utilisées via des API (cas de la transformation des systèmes legacy), un système de gestion de vie complet des API peut être utilisé pour encadrer l'utilisation de ces assets et en démontrer le rapport coûts-bénéfices via :

- une bonne visibilité sur la bande passante de l'informatique et l'efficacité financière des API ;
- l'identification des principaux domaines de croissance et la priorisation des investissements ;
- la réduction des frais généraux de communication interservices et de la dette technique pour répondre aux besoins des équipes internes.

VMware vRealize Business for Cloud

permet l'analyse du coût du cloud, le suivi des dépenses, la comparaison des modèles de cloud et la planification. vRealize offre ainsi une visibilité des coûts et des informations commerciales pour exploiter le cloud de manière plus efficace.

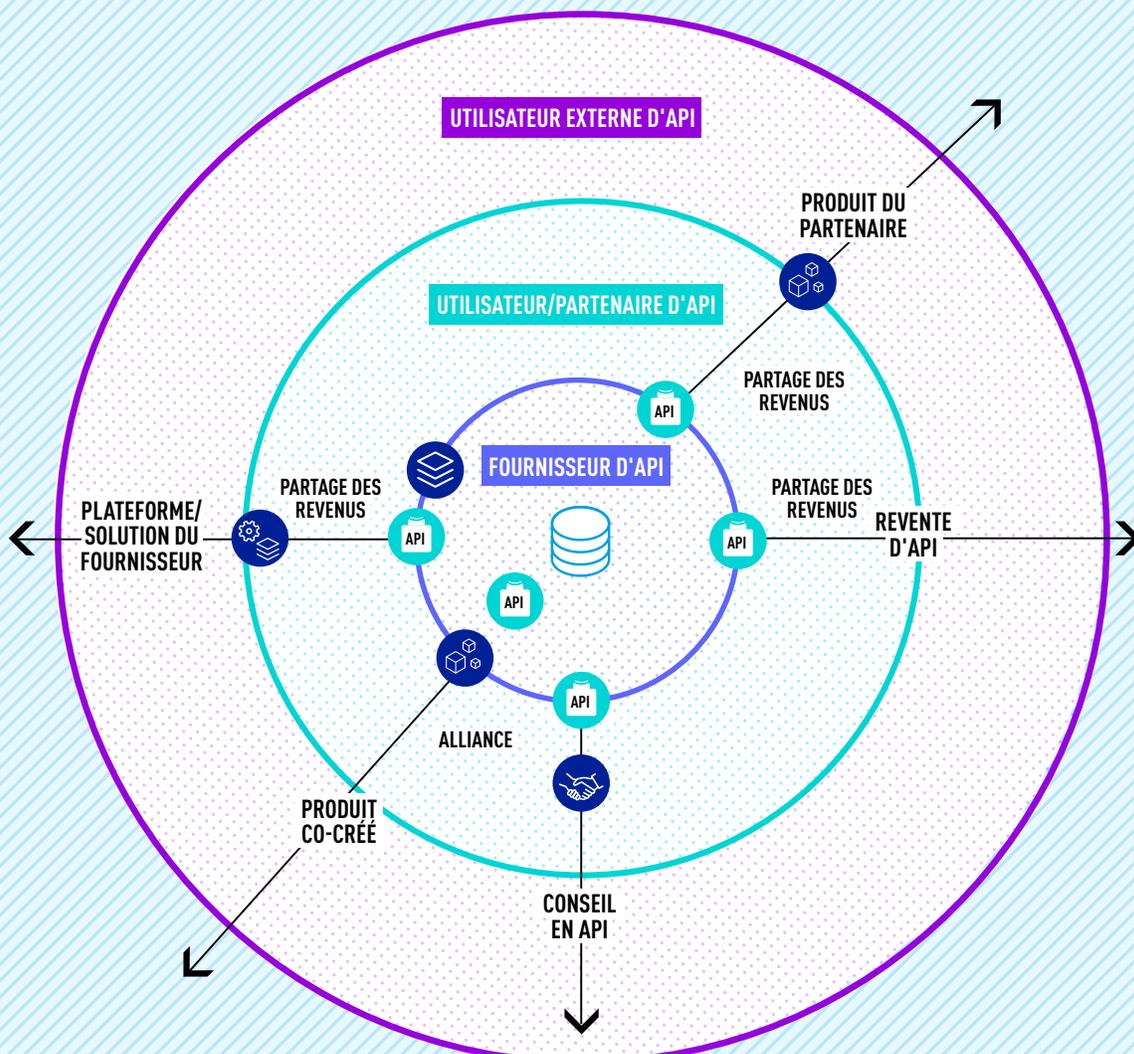
Externe

Toute API exposée à des parties prenantes externes à l'organisation doit être traitée comme une API externe. Les API externes ne sont pas uniquement des canaux de revenus directs. Les organisations exposent souvent les API pour respecter les exigences réglementaires ou pour commercialiser leur marque. En tant que fournisseur, avant d'essayer de monétiser une API, vous devez vous assurer de la volonté du consommateur de payer pour cet outil ainsi que des bénéfices directs et indirects pour

l'organisation. En fonction du public cible et des bénéfices attendus, les modèles économiques externes peuvent être classés en différentes catégories :

- **partenariat**
- **standardisation**
- **productisation**
- **marketing**

Modèles économiques d'API de partenariat



Partenariat

La valeur distincte des données ou services de l'entreprise est au cœur de la stratégie d'API.

Si vous observez des écarts entre les expériences client souhaitées et vos capacités internes, il s'agit d'une opportunité pour collaborer avec des partenaires. Vous devez alors optimiser vos API afin d'établir des partenariats ciblés pour rationaliser les opérations et définir de nouvelles expériences client. Ces accords impliquent des partenaires soigneusement sélectionnés et sont généralement peu transparents pour le public. Voici certains des modèles économiques d'API qui permettent d'évaluer la valeur de ces accords de partenariat :

- **PARTAGE DES REVENUS**
- **ALLIANCE**
- **CONSEIL**

PARTAGE DES REVENUS

Dans le cadre d'accords de partage des revenus, un fournisseur capture la valeur en réservant l'accès à l'API à des partenaires soigneusement sélectionnés. Dans ce modèle, c'est le partenaire qui crée une nouvelle expérience pour le client final, laquelle devient un canal supplémentaire de commercialisation grâce à l'API. La valeur ajoutée de ces accords de partage des revenus varie selon que les partenaires réalisent :

- la vente d'un nouveau produit ou service activé par l'API, les partenaires devenant ainsi des fournisseurs affiliés. Les développeurs partenaires reçoivent une part du revenu pour chaque vente, clic ou conversion ;
- la revente de l'API telle quelle sur une plateforme partenaire où les partenaires retiennent une commission par transaction ou intégration avec l'API ;
- la vente d'une plateforme d'applications avec des API intégrées. Les fournisseurs d'API créent des accords personnalisés de partage des revenus avec les partenaires afin d'élaborer des solutions fondées sur les API pour les clients finaux. Contrairement aux autres accords de partage des revenus, les solutions des partenaires sont hébergées sur la plateforme du fournisseur d'API et se chargent de sa revente.

Par le biais de son programme de partenariat AppExchange, Salesforce offre aux partenaires et aux développeurs de nombreuses opportunités d'échanger avec des experts, de collaborer avec d'autres partenaires et d'élaborer de nouvelles solutions grâce aux API de Salesforce. Le programme leur accorde une part de ses revenus et bénéficie de la portée et de la notoriété du marché.

ALLIANCE

Dans le cadre d'accords d'alliance, vous travaillez avec des partenaires qui possèdent des compétences de base complémentaires aux vôtres pour atteindre des objectifs communs. C'est le cas des fournisseurs d'API, qui travaillent avec des partenaires pour offrir des expériences personnalisées à leurs clients mutuels. Dans ce type d'accords, l'externalisation et la fidélisation des clients finaux sont prioritaires sur le partage des revenus.

Avec la prolifération de composants digitaux complexes tels que les tableaux de bord et les capteurs embarqués, les entreprises automobiles dépendent de plus en plus des API pour offrir une expérience client fluide. [L'API Smartcar](#) pour BMW permet aux applications de mobilité de localiser, d'exploiter et d'interroger les relevés du compteur kilométrique de la voiture à l'aide d'un compte BMW ConnectedDrive.

CONSEIL

Dans ce modèle, des services de conseil sont proposés aux clients finaux pour les aider à utiliser les API. Les sociétés de conseil aident ainsi les fournisseurs d'API à atteindre des clients finaux ne disposant pas des compétences suffisantes pour tirer parti des API ou aident les clients finaux à externaliser le développement d'applications fondées sur les API. Les fournisseurs d'API s'associent à des sociétés de conseil dans divers domaines pour promouvoir leurs produits et favoriser l'adoption de leurs offres.

Standardisation

Les organisations sont souvent obligées de standardiser leurs initiatives en matière d'API, non pas dans un but financier, mais pour éviter les sanctions réglementaires ou répondre aux pressions du marché. Dans ces scénarios, les API sont conçues soit pour respecter les réglementations d'interopérabilité dictées par le gouvernement, soit pour répondre aux normes édictées par les consortiums du secteur. Vous pouvez définir des modèles économiques autour de ces API en fonction de la valeur créée dans les contextes suivants :

- **la prévention des pénalités et rappels à l'ordre** grâce au respect des exigences réglementaires ;
- **l'utilisation d'incitations sponsorisées** par les gouvernements pour faire respecter une norme du secteur. En adhérant aux initiatives gouvernementales, une organisation peut compenser ses dépenses et bénéficier d'une interopérabilité sectorielle ;
- **la simplification de l'intégration** des nouveaux clients grâce aux normes d'API définies par des consortiums. Des intégrations standardisées sont définies dans divers secteurs pour faire face aux pressions du marché et améliorer l'expérience client dans son ensemble.

Les sociétés de services professionnels comme Deloitte aident souvent leurs clients à intégrer des API tierces dans le cadre d'une vaste gamme d'expériences digitales créées pour les clients de la société de conseil.

TÉMOIGNAGE CLIENT

Wells Fargo



WELLS
FARGO



L'API FX, que nous proposons à nos partenaires, a été une véritable révolution. Ils peuvent désormais intégrer leurs applications ou leurs systèmes à notre plateforme avec fluidité.

SID VYAS, CTO, TECHNOLOGIES DES MARCHÉS DE CAPITAUX ET DE LA BANQUE D'INVESTISSEMENT

Wells Fargo a été le fer de lance des initiatives d'open banking. En 2016, la banque a annoncé l'une de ses premières API d'open banking, destinée à fournir aux développeurs tiers et à d'autres institutions un accès sécurisé aux données des consommateurs. Depuis, Wells Fargo a passé une série d'accords d'échange de données, dont des partenariats avec la plateforme comptable Xero et Intuit.

Pour Wells Fargo, les API d'open banking jouent le rôle indispensable de « liaison

sécurisée » entre la banque et les autres entreprises. Ces dernières ont la possibilité d'utiliser ces API de manière innovante afin de concevoir des solutions et des services personnalisés à destination des clients. Cela permet également à Wells Fargo d'accélérer la collaboration avec des organisations externes et des développeurs tiers, tout en garantissant des échanges sécurisés et la protection des données clients.

[Lire le témoignage client de Wells Fargo \(en anglais\)](#)



Productisation

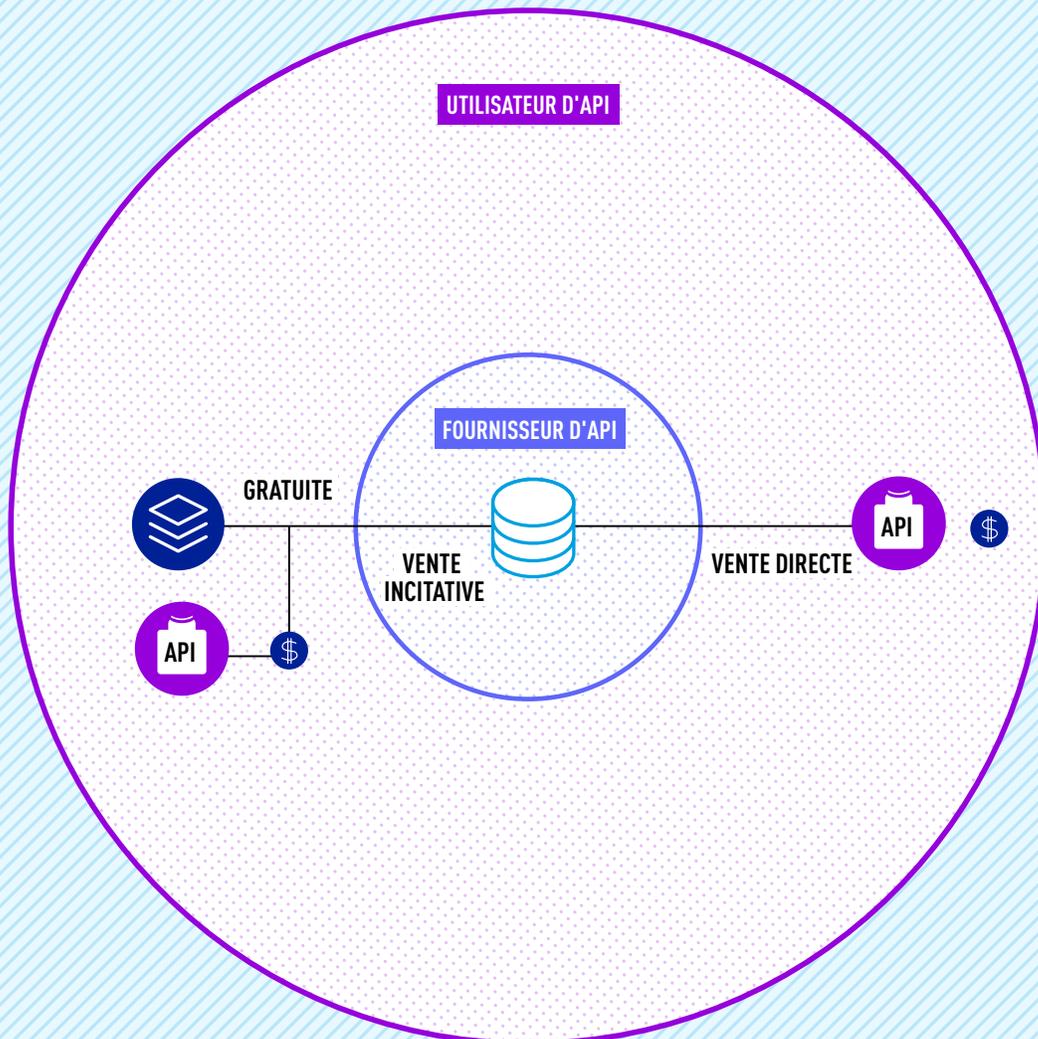
Les fournisseurs d'API utilisent habituellement ces outils comme une passerelle pour monétiser des données ou des capacités sous-jacentes. Dans ces scénarios, vous pouvez créer des modèles économiques permettant d'exploiter des flux de revenus cohérents en traitant les API comme :

- **DES PRODUITS AUTONOMES ;**
- **DES VENTES INCITATIVES.**

PRODUITS AUTONOMES

Avec ce modèle économique, vous monétisez l'API de manière directe. Pour générer un maximum de revenus, vous devez optimiser encore davantage le modèle économique en vous alignant sur les besoins des consommateurs et en augmentant la valeur fournie par l'API. Selon le cas d'utilisation, la tarification des services d'API peut être optimisée en choisissant ou en associant des modèles tels que frais fixes, freemium, échelonné, à la demande, paiement à l'usage, basé sur le volume, basé sur le SLA, par

Modèles économiques d'API de productisation



mode, taux limité, basé sur l'appareil/la zone géographique/le cas d'utilisation ou le support requis.

[AccuWeather](#) offre une tarification échelonnée avec différentes combinaisons de tarifs forfaitaires et mensuels.

VENTES INCITATIVES

Vous pouvez vendre plus de produits en commercialisant les API sous forme d'abonnement premium au sein d'une offre de plateforme digitale. Les API de niveau supérieur fournissent un accès sécurisé à d'autres fonctionnalités, en offrant un avantage concurrentiel par rapport à la plateforme et en favorisant la fidélisation des clients par le biais de coûts de transfert élevés.

[Salesforce Sales Cloud](#) fournit un accès aux API de Sales Cloud aux organisations ayant souscrit une licence d'entreprise via quatre offres aux tarifs progressifs : Essentials, Professional, Enterprise et Unlimited. L'accès à la suite d'API Sales Cloud n'est disponible que pour les éditions Enterprise et Unlimited.

Marketing

Toutes les API exposées au public n'ont pas besoin d'être monétisées. Beaucoup de programmes d'API ambitieux sont soutenus à des fins marketing afin de promouvoir la plateforme principale, de développer un réseau, d'accroître la notoriété de la marque ou d'honorer les engagements en matière de transparence. Ces programmes d'API peuvent s'inscrire dans une variété de modèles économiques, incluant notamment :

- [LES API PACKAGÉES](#)
- [LE MODÈLE DE PUBLIC](#)
- [LA FIDÉLITÉ À LA MARQUE](#)
- [LES API OUVERTES](#)

API PACKAGÉES

Dans ce modèle économique, l'API est un composant d'une plateforme plus vaste. L'inclusion de l'API encourage l'adoption de la plateforme et peut également constituer un asset attendu dans le cadre d'une offre globale (comme pour les plateformes CRM ou d'hébergement cloud). L'inclusion d'API génère des revenus supplémentaires en augmentant l'adoption et en améliorant les taux de fidélisation des clients.

MODÈLE DE PUBLIC

Un modèle de public offre un accès aux API afin de permettre aux consommateurs de se connecter au réseau et d'y contribuer (par exemple en ajoutant des annonces à Airbnb) sans partage des revenus, en facilitant simplement l'organisation des données. L'objectif principal est d'augmenter la quantité de contenus et de données dans le

TÉMOIGNAGE CLIENT

Salesforce Commerce Cloud



Commerce Cloud Developer Center est un véritable guichet unique pour les développeurs Commerce Cloud. Il fournit à nos clients les outils nécessaires pour créer rapidement des applications sans tête, et donne à Commerce Cloud la structure nécessaire pour innover et introduire de nouveaux services et de nouvelles fonctionnalités.

ANDREW LAWRENCE, DIRECTEUR DE LA GESTION DES PRODUITS, COMMERCE CLOUD

Salesforce Commerce Cloud a utilisé MuleSoft pour innover sans délai et établir une fondation évolutive grâce au commerce sans tête.

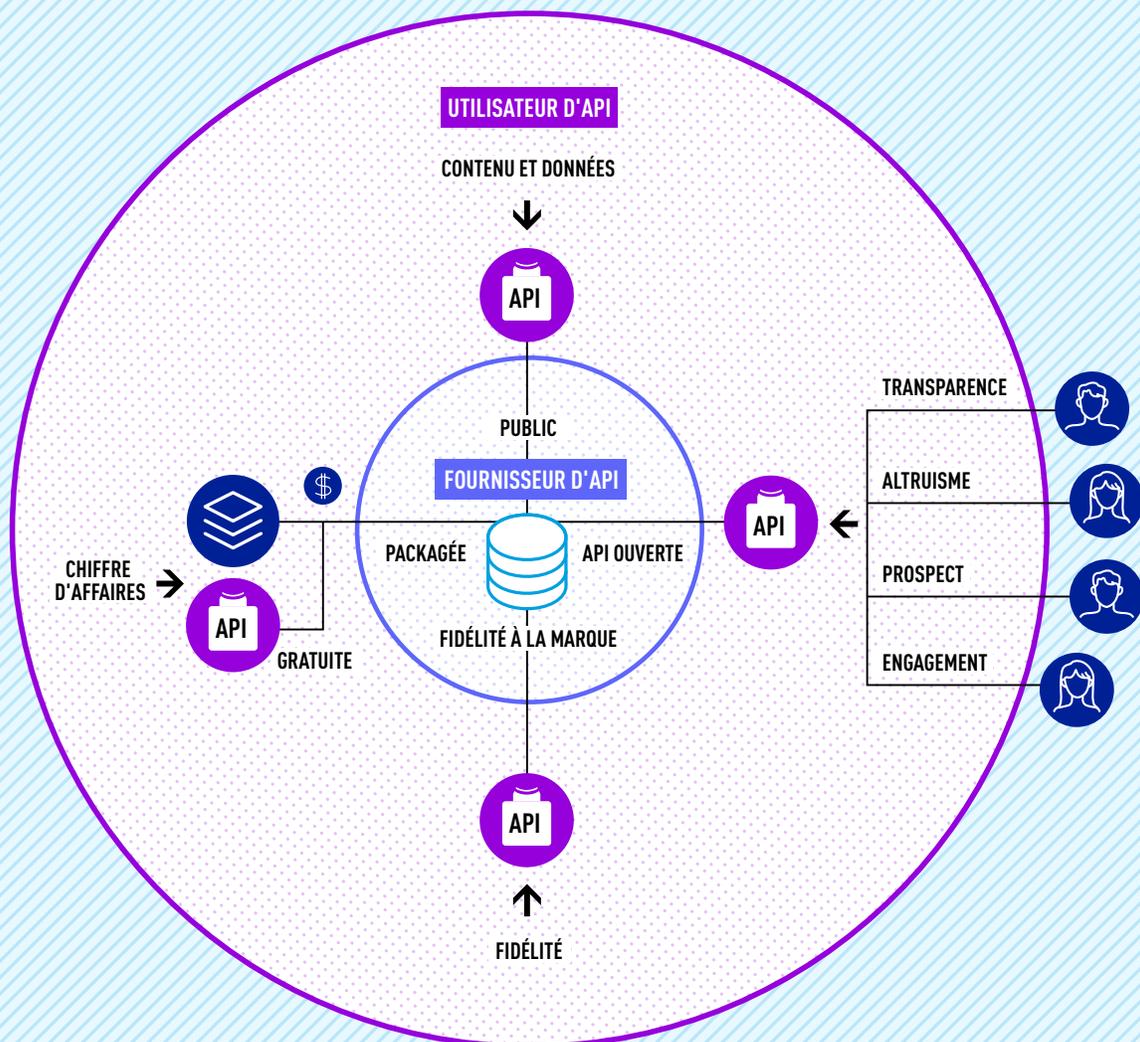
Alors que Commerce Cloud se préparait au succès et à une prochaine innovation en interne, ses clients et partenaires ont demandé à ce que Salesforce Commerce Cloud expose davantage d'API au public. Objectifs : pour les partenaires, renforcer leurs capacités sur Commerce Cloud et pour les clients, créer leurs propres applications en exploitant les données de Commerce Cloud.

L'équipe de Salesforce Commerce Cloud a tiré profit de [API Community Manager](#) de MuleSoft pour créer CommerceCloud Developer Center (CCDC), qui permet aux clients existants de découvrir les API, kits de développement logiciel et boîtes à outils les plus récents de Commerce Cloud. Depuis le passage à une approche de [connectivité fondée sur les API](#) et l'exposition des API avec CCDC, Salesforce B2C Commerce a véritablement découplé les API de la plateforme, débloqué les données et favorisé le commerce headless pour ses clients.

système, et d'en faciliter l'utilisation grâce à une interface de programmation. Les clients finaux bénéficient d'une plus grande sélection (et pour ces plateformes, plus il y a de clients, mieux c'est). Le public et les données générées par la communauté sont monétisés au moyen de la publicité ou de la revente des données utilisateur. L'API constitue ainsi l'une des nombreuses facettes de la création et du développement d'un public, essentiel au fonctionnement de l'entreprise.

L'API partenaire Airbnb est conçue pour les hôtes proposant plusieurs annonces. Elle permet d'augmenter la base de données d'annonces d'Airbnb grâce à une approche programmatique, ce qui améliore l'interopérabilité avec la plateforme et accroît le nombre d'annonces. Elle maximise ainsi l'effet de réseau d'Airbnb.

Modèles économiques d'API marketing



FIDÉLITÉ À LA MARQUE

Les API peuvent être conçues pour augmenter la fidélité à la marque. L'API permet de distribuer le contenu vers des supports externes visibles, telles que des applications web ou mobiles clientes. L'objectif étant d'accroître la notoriété de la marque, le développement et la maintenance de l'API peuvent être financés par le budget marketing. Par exemple, l'API Google Maps, qui se traduit par des applications intégrées portant le logo de Google Maps, peut impliquer des directives spécifiques relatives à l'image de la marque, même si son modèle de base est un produit autonome.

Même si l'[API Zillow](#) est gratuite, ses [exigences en matière d'image de marque](#) stipulent qu'un « logo Zillow approuvé doit être affiché juste à côté de toute donnée émanant de l'API Zillow ». Pour Zillow, chaque type d'API nécessite une note spécifique.

API OUVERTES

Gratuites pour le public, les API ouvertes sont destinées à apporter à votre organisation des avantages commerciaux ou de long terme. Ces API favorisent la fidélisation et peuvent procurer divers bénéfices aux organisations :

→ **la transparence** des opérations, ce qui renforce la confiance et la perception du public à l'égard d'une organisation. Les droits en matière de données, la transparence et les normes éthiques sont aujourd'hui une priorité en raison de la montée de la désinformation et de la demande accrue du public en matière de responsabilité. Les organisations s'appuient de plus en plus sur les API ouvertes pour répondre aux normes de responsabilité ;

- **le développement de la communauté** autour d'une entreprise, ce qui permet d'augmenter l'engagement des développeurs externes et la notoriété de la marque. Les communautés de développeurs peuvent être entretenues par des programmes d'incitation, des rencontres, du contenu gratuit et d'autres méthodes de promotion. Même si l'API est gratuite, les entreprises bénéficient de cette culture de communauté ;
- **la génération de prospects** grâce à l'échange d'API ouvertes et de projets open source liés aux API contre des données personnelles. Une organisation peut ensuite vendre des produits et services auxiliaires aux prospects générés ;
- **l'altruisme** par la mise à disposition d'API destinées au bien commun. Les organismes à but non lucratif, les gouvernements et certaines organisations tirent parti des API pour accélérer les changements grâce à des programmes dédiés à l'environnement, à la durabilité et au progrès social.

Selon un récent [article de blog](#), Google Ads déploiera bientôt de nouvelles API permettant aux agences de publicité de communiquer des informations publicitaires détaillées, afin d'accroître la transparence en matière de publicité digitale.

Toutes ces activités peuvent être bénéfiques pour l'image de l'entreprise et augmenter la valeur perçue. La volonté d'ouverture favorise la fidélité, qui peut générer des ventes sur le long terme.

Engranger les bénéfices des API

La mise en place d'un modèle économique permet à votre organisation d'identifier un cadre pour optimiser la valeur des API. Une fois ce cadre établi, il reste plusieurs étapes à franchir :

Créer des expériences orientées développeurs pour soutenir les écosystèmes d'API

La promotion de l'adoption est un élément clé de tout investissement réussi. Le maintien d'un modèle économique dans un écosystème d'API nécessite un portail de développement robuste qui fasse office de maillon de communication entre toutes les personnes concernées. Idéalement, la solution de gestion du cycle de vie complet des API adoptée par votre organisation devrait également permettre d'impliquer vos partenaires et développeurs dans des expériences de marque alimentées par le système CRM. Le portail de développement doit être un espace permettant de tester et de mettre en œuvre vos modèles économiques auprès des clients internes et externes.

« La promotion de l'adoption est un élément clé de tout investissement réussi. »

Définir les paramètres de monétisation

Fondamentalement, la monétisation des API permet d'identifier de quelle manière celles-ci vont améliorer vos résultats financiers. En fonction du modèle économique choisi, les organisations doivent définir des paramètres objectifs pour corréler l'investissement dans une API et la valeur générée par cette dernière. Les modèles de monétisation directe impliquent un réglage fin des seuils et des niveaux, tandis que les modèles de monétisation indirecte reposent sur la définition d'objectifs mesurables et d'indicateurs clés de performance.

L'échange de valeur, socle d'un modèle économique durable

Qu'une organisation décide de monétiser directement une API ou de l'offrir gratuitement, il y a toujours un échange de valeur entre le fournisseur et le consommateur sous forme de données.

Pour tenter de maximiser la valeur à court terme, les fournisseurs ont tendance à précipiter la monétisation des API sans évaluer la valeur réelle proposée au consommateur. Ce phénomène est encore plus prégnant lorsque les API sont utilisées pour collecter et partager des données personnelles : la valeur des informations obtenues peut parfois être supérieure à la valeur apportée au consommateur. Si les consommateurs continuent de fournir les données pour leurs besoins à court terme, ils ont néanmoins des doutes sur la valeur dont ils bénéficieront en retour.

Dans ces cas-là, il est important que les fournisseurs d'API identifient tout déséquilibre

éventuel entre la valeur fournie et la valeur obtenue. La perception de déséquilibres dans l'échange de valeur va progressivement miner la confiance des clients fidèles, qui risquent de devenir des utilisateurs transactionnels. Les organisations doivent évaluer de manière critique leurs modèles économiques d'API, non seulement au niveau de l'échange des données, mais également au niveau des ramifications à long terme telles que les privilèges, la transparence et l'engagement. Dans ce contexte, vous devez impérativement garantir un échange équilibré de valeur afin d'instaurer un modèle économique durable.

« **La perception de déséquilibres dans l'échange de valeur va progressivement miner la confiance des clients fidèles, qui risquent de devenir des utilisateurs transactionnels.** »

Conclusion

En fin de compte, un modèle économique est un ensemble d'hypothèses pragmatiques sur la manière de générer de la valeur.

Les modèles économiques d'API doivent être utilisés pour quantifier la valeur des économies réalisées grâce aux API ou les bénéfices potentiels de ces dernières et guider ainsi vos prochains investissements.

À mesure que les règles de création et d'obtention de valeur évoluent, les organisations doivent revoir leurs convictions et s'efforcer de moderniser en permanence leurs modèles économiques d'API. Pour trouver la solution adéquate, il importe de se poser les bonnes questions en matière de stratégie et de vision des écosystèmes d'API dans leur ensemble :

→ Quelle est la valeur fournie par vos API ?

→ Comment exploitez-vous la valeur à partir de votre écosystème ?

→ Comment votre modèle économique d'API peut-il soutenir votre écosystème ?

« Les modèles économiques d'API doivent être utilisés pour quantifier la valeur des économies ou des bénéfices potentiels des API et guider vos prochains investissements. »

Choisir le bon modèle économique d'API, un pré-requis incontournable

Que votre organisation s'appuie sur les API pour améliorer son infrastructure technologique ou qu'elle les exploite pour forger de nouveaux partenariats et accroître ses revenus, MuleSoft peut vous aider.

Rendez-vous sur notre hub des stratégies d'API

Découvrez le rôle que jouent les API dans votre stratégie digitale, obtenez un guide détaillant les étapes de la création d'un écosystème d'API et bénéficiez de l'éclairage des grandes entreprises qui appliquent les dernières tendances en matière d'API.

Adoptez une plateforme fiable pour la gestion des API

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

[Contacter MuleSoft](#)

Assistez à un atelier sur les API

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

[Afficher les ateliers](#)

Déjà client MuleSoft ?

Découvrez comment API Community Manager peut vous aider à créer des expériences digitales alimentées par un système CRM pour concevoir et entretenir un écosystème de développeurs et de partenaires afin de favoriser l'adoption de vos produits API.

[En savoir plus sur API Community Manager](#)



MULESOFT, UNE SOCIÉTÉ SALESFORCE

MuleSoft, la plateforme d'intégration et d'API n° 1 dans le monde, permet de connecter facilement les données de n'importe quel système, quel que soit son emplacement, pour créer des expériences connectées, plus rapidement. Des milliers d'organisations, tous secteurs d'activité confondus, font confiance à MuleSoft pour réaliser des économies à grande échelle en termes de vitesse, d'agilité et d'innovation. En intégrant les systèmes et en unifiant les données à l'aide d'API réutilisables, les entreprises peuvent facilement créer des expériences connectées, tout en préservant la sécurité et la gouvernance. Grâce à la connectivité fondée sur les API, les clients débloquent des capacités métier pour construire des réseaux d'applications qui offrent une valeur exponentielle. MuleSoft est la seule plateforme unifiée pour l'iPaaS d'entreprise et la gestion du cycle de vie complet des API. Elle peut être déployée dans n'importe quel cloud ou on-prem.

MULESOFT EST UNE MARQUE DÉPOSÉE DE MULESOFT, LLC., UNE SOCIÉTÉ SALESFORCE.