

# Usages & Services B2C

introduction aux besoins, problématiques utilisateurs et  
fournisseurs de service

Fabien Venries, Orange

Marketing portail / Personal APIs



## Already have a Yahoo! ID?

Sign in.

Yahoo! ID:

(e.g. free2rhyme@yahoo.com)

Password:

Username:

Password:

☐ Remember me

[Lost your password?](#)

Email:

Password:

☐ Remember me

[Forgot Password?](#)

## Sign in to Hotmail

[Help](#)

E-mail address:

Password:

[Forgot your password?](#)

- ☐ Save my e-mail address and password  
☒ Save my e-mail address  
☐ Always ask for my e-mail address and password

[Sign in using enhanced security](#)

Nickname

Password

(6-20 characters long)

☐ **Public Terminal**



Email:

Password:

☐ Remember Me

[Forgot your password?](#)

Member name

Password

[forgot your password?](#)

Sign in to Google Mail with your

**Google Account**

Username:

Password:

☐ Remember me on this computer.

[my account](#)

## Log in

Don't have an account? [Create one.](#)

Username:

Password:

☐ Remember me (up to 30 days)

Password

**Intellilogin**

[Advanced Login](#)

[Secure Login](#)

username

password

» [forgot your password?](#)

Email Address or  
Member Name

Password

☐ Remember me?

L'identité sur le web  
Cas de l'authentification : un véritable casse-tête  
pour les utilisateurs



## VOTRE IDENTITÉ

**Titre \*** ☒ M ☐ Mme ☐ Mlle

**Nom \***

**Nom de jeune fille**

**Prénom \***

**Date de naissance \***  /  /

**Pays de naissance \***  ▼

**Département de naissance \***

**Ville de naissance \***  ▼

**Nationalité \*** ☐ Française ☐ CEE ☐ Autre

**Situation de famille \***  ▼



## VOS COORDONNÉES

**Adresse 1 \***

**Ville \***  ▼

**Téléphone domicile \***

**Autre Numéro de Téléphone**

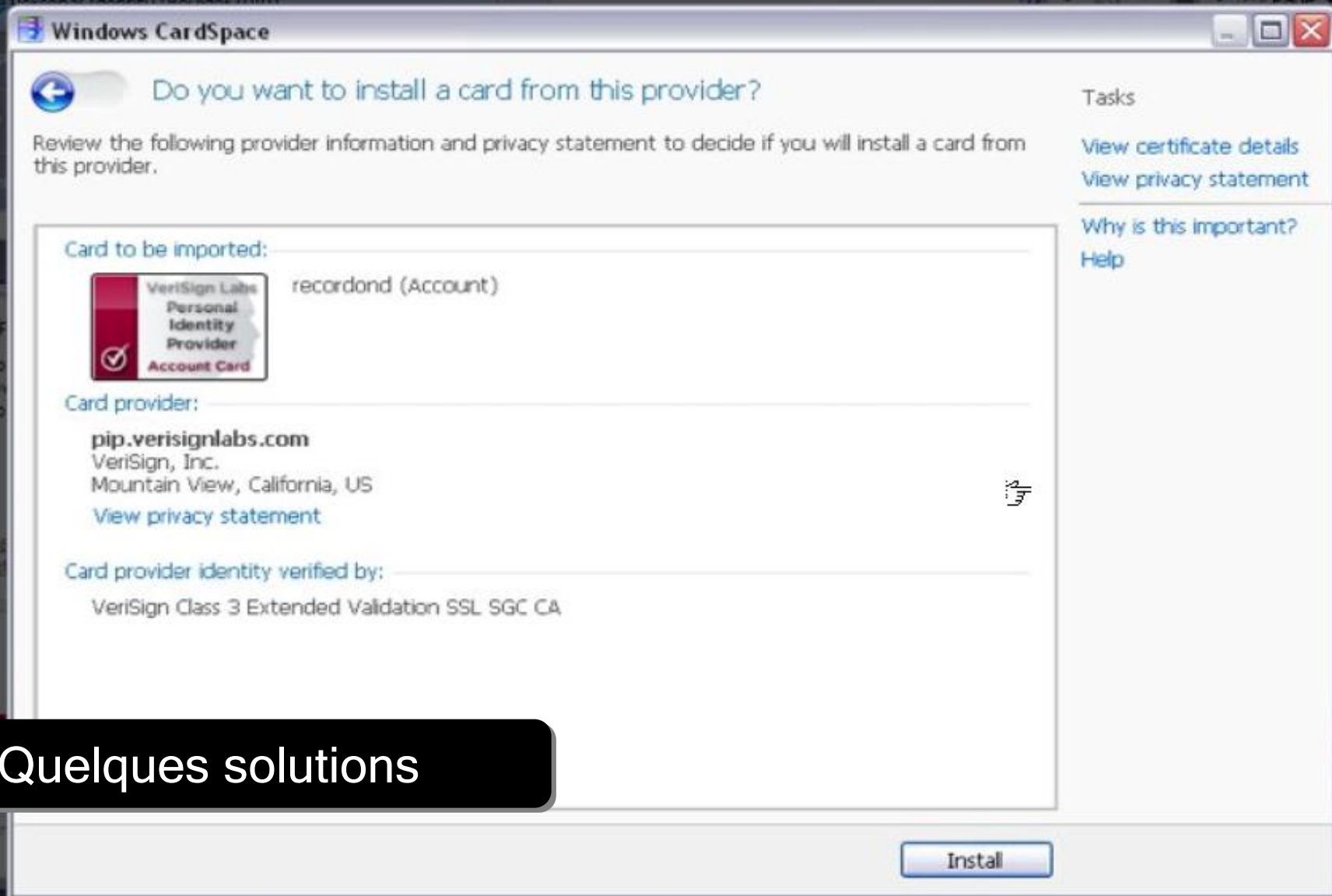
**Adresse mél \***  @  ▼

**Confirmation adresse mél \***  @  ▼



un deuxième cas d'usage :  
le remplissage de formulaires

☐ J'accepte de recevoir des propositions commerciales de Cofinoga et de l'enseigne partenaire mentionnée sur ma carte par courrier électronique



Quelques solutions




[Home](#) [Sign up](#) [Everybody's Claims](#)

[Sign in with OpenID](#) [Help](#)

Search

Go

## Sign in with OpenID






Sign in

Sign in with OpenID using

[Get an OpenID](#)


 myOpenID

 Verisign

 Vidoop

 Clickpass

 Flickr

 Yahoo!

OpenID By Card

 claimID

 AOL

 Technorati

Quelques solutions

[Help](#)

myOpenID username:

[What is OpenID?](#)  
Your OpenIDs from the "edit profile"

[Terms of service](#) - [janrain](#)



Choose a card to send to: \*.myopenid.com

To see or edit card data before you send it, select a card, and then click Preview. To create a new card, click Add a card.

### Cards you've sent to this site:

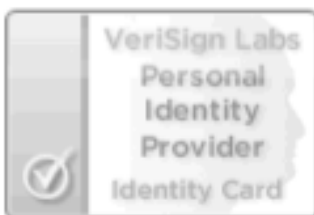


David

### Your other cards:



Albert



dno (Identity)



Holmes



Home

Preview

Send

### Tasks

[Duplicate card](#)

[Delete card](#)

[Add a card](#)

[Back up cards](#)

[Restore cards](#)

[Preferences](#)

[Delete all cards](#)

[Disable Windows CardSpace](#)

[Which card should I send?](#)

[Help](#)

[Learn more about this site](#)

Avec des limites ...  
En terme de complexité

## Sign in to Yahoo!



**Are you protected?**  
Create your sign-in seal.  
(Why?)

Yahoo! ID:

(e.g. free2rhyme@yahoo.com)

Password:



**Keep me signed in**

for 2 weeks unless I sign out. [Info](#)

[Uncheck if on a shared computer]

Sign In

**Don't have a Yahoo! ID?**

Signing up is easy.

[Sign Up](#)

**Sxipper : plug-in  
pour Firefox**

**RXPNow (interface  
commune)**

### Universal Music Fan Communities

Register using a third-party account

Select one of these third-party accounts

AOL

facebook

Google

myspace  
a place for friends

YAHOO!

OpenID

**Et des scénarios totalement différents**

Register

Cancel

**Du point de vue du fournisseur de service**



## ■ Fournisseur de service mixte (matériel & dématérialisé)

- Dématérialisation des documents, procédures en ligne électroniques  
Et rématérialisation ...

Qu'est-ce qui fera le lien entre l'identité "virtuelle" d'un client et son identité physique ?

Quels sont les acteurs les plus en mesure de faire ce lien ? Avantages et limites

## ■ Fournisseur de service dématérialisés

- Quelle différence avec les services mixtes ?
- Quelle sont les différences en terme de sécurité, de logique de service, d'acquisition, de transformation, etc ?
- Logique d'**acquisition/ de développement** vs **logique de nécessité** pour rendre le service

## Gestion des services en Silo

- Une habitude (logique?) des fournisseurs de service
- Peut-on en sortir ? Quelles sont les conditions ?
- En surtout
  - Y'a-t-il suffisamment de bénéfices pour en sortir ?



## ■ Identification fédérée : quelques promesses

- Augmentation des taux de conversion “visiteur” > “utilisateur enregistré”
- Réduit les coûts de customer care et la frustration du “mot de passe oublié”
- Accélère l’adoption des fonctions de communautés
- Diminue les problématiques de gestion des mots de passe et de stockage sécurisé

## ■ Cartes d’identités, données numériques

- Augmente la qualité des données saisies
- Effet psychologique de la communication des données
- Identité certifiée et sécurité des transactions
- Réponse aux besoins de dématérialisation et de simplification des procédures, via automatisation en ligne

### Propertymaps.com

“We deployed OpenID in January of this year and **saw registrations increase by 200%. Currently about 25% of our registrations occur via OpenID.** As more major OpenID providers like MySpace come online, and as consumers become more familiar with OpenID, we expect to see these numbers increase as well. ”

**Mythe ou Réalité ???**

## ■ Identité

- Délégation de responsabilité, fraude et piratage
- Comment le client va-t-il réagir à ces nouvelles technologies ?

### - Des métiers internet en pleine révolution

En ce moment, et pendant la mutation vers les communautés, les sites doivent faire des choix, et remettent en question leurs modèles et fédèrent leurs identités (entre filiales) : l'identité est une grande problématique, pas forcément une priorité

### - Du tout ou rien ?

Répartition des clients sur les sites intégrant  
Plusieurs systèmes d'authentification

## ■ Des questions concrètes et légitimes :

- Quels sont les bénéfices concrets dans mes activités quotidiennes ?  
Par rapport à mes objectifs ?
- Quelques besoins exprimés à mettre en regard :
  - Prix / coût
  - Qualité des données
  - Normalisation des données (énergie & formattage des champs d'adresse)
  - User experience, fluidité des scénarios
- De réelles contraintes
  - Pluralité des acteurs et comment adresser 100% de mes clients (et à quelle échéances !)
  - Comment ne pas perdre mon client ?
- Attente d'un cadre juridique ?

## ■ Franchir le pas ? Sous quelles conditions ?

## ■ Partage d'informations et services :

- Multitude de marques qui collaborent
- La publicité a habitué l'utilisateur à ses ribambelles de logos
- Les débuts du Web2.0 lui ont montré les bienfaits de la collaboration

## ■ La crainte de l'intermédiation

- diminution du message de la marque

## ■ Un juste équilibre avec service à valeur ajoutée et personnalisation

- "Facebook Connect" : partage de graphe social
- "Personal APIs Orange" : partage de services

### Créez votre compte ipernity

Bienvenue sur ipernity ! Cela ne prend qu'une minute

#### Déjà inscrit ailleurs ?

Alors nul besoin d'un nouvel identifiant.  
Vous pouvez vous connecter à ipernity en utilisant votre compte :

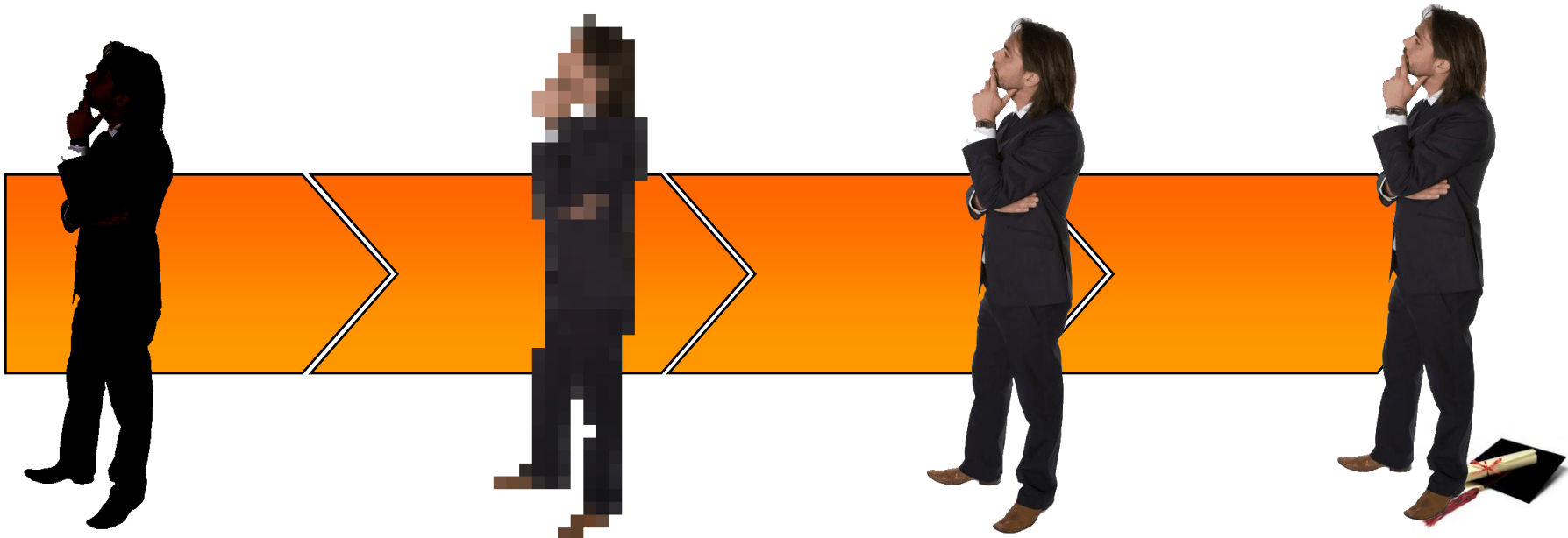


PARTAGEZ

**du point de vue utilisateur final**

Identité anonyme, partiellement anonyme, complète, certifiée ...

- Pour quels usages (profil pro, perso, secret)?
- Quelles conditions et quelles contraintes, et comment lié cela au bénéfice du 3rd party ?
- Comment les gérer ?
- Comment les utiliser ?





## ■ L'identité numérique, qu'est ce que c'est (vue de l'utilisateur) ?

### – Authentification / identification :

- Une éducation à faire : les technologies existent depuis longtemps, mais les usages sont faibles
- Des besoins grandissant au fur et à mesure de la maturation de la population

### – Mais est-ce suffisant ?

- L'identification et le remplissage de formulaires ne sont pas suffisant à cette éducation
- Les scénarios d'échanges entre les sites, de partage d'information et de services (Flickr, Facebook, etc.) constituent un levier pour populariser les principes de l'identités, en bien comme parfois en mal
- Population technophile versus technologies actuelles trop complexes / trop perturbantes pour la plupart des internautes

## ■ comment rendre les scénarios aisés pour l'utilisateur ?

- L'adoption au fil de l'eau sera-t-il possible ?
- Que choisir ? Solution locale (windows Cardspace ?), réseau ...
- Comment faire comprendre aux nouveaux utilisateurs les mécaniques d'interaction ?
- Quid de la privacy , de la gestion des données, et du contrôle de ce qui en est fait ?

**Quels fournisseurs d'identité, pour quels services et pour  
quels clients**

<b>Banques</b> Proche 100% pop Métier sécurité Présence physique (carte)+web > Mat & Démat	<b>Opérateurs télécom</b> proche 100% de la population identités fixes,mobiles et web Multi-canal Coeur de métier authentification Des services associés, récurrents (email, etc.) > Mat & Démat	<b>Acteurs internet majeurs</b> Couverture encore plus importante Présence multi-canal Coeur de métier technologie Services Rapidité d'évolution > Démat seulement
<b>Tiers de confiance</b> Métier sécurité PKI/crypto > Mat & Démat ?	<b>Tiers neutre</b> Difficulté de positionnement Pas de base de départ > Mat & Démat	<b>Etat</b> Structure non adaptée Source d'information fiable Lenteur de mise en place Carte d'identité > Mat & Démat
<b>Service web</b> Proche du service Connaissance métier Rapidité d'évolution > Démat	<b>Organisme de crédit, Association, Etc.</b>	