

6 bis, rue Auguste Vitu
75015 Paris
Tél : 33 (0) 1 56 77 17 77
Fax : 33 (0) 1 56 77 17 70

www.markess.fr

Solutions CRM en mode SaaS / On Demand : Un marché porté par une croissance à deux chiffres d'ici 2011

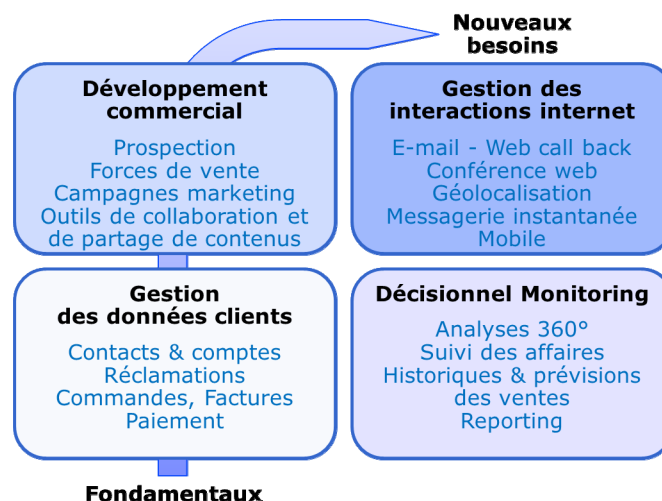
Paris, le 9 mars 2010 – En préalable au Salon Stratégie Clients (16, 17 et 18 mars 2010), MARKESS International, société d'études et de conseil basée à Paris et à Washington, D.C., spécialisée dans l'analyse de la modernisation et de la transformation des organisations privées et publiques avec les technologies de l'information, annonce la parution de sa nouvelle étude intitulée « CRM : Clés de Succès des Solutions en Mode SaaS / On Demand ».

La gestion de la relation client couvre un large spectre nécessitant l'activation de solutions plus ou moins étendues. Les solutions de gestion de la relation client adressent en effet les échanges et les interactions entrantes et sortantes avec les clients (sous quelle que forme que ce soit : face à face, vocal, courrier papier, e-mail, fax, messagerie instantanée...), la prospection et le développement des ventes, la prise de commande et le suivi des livraisons, les campagnes marketing sur différents canaux, l'assistance et le support, le service après-vente et la gestion des réclamations, le reporting et l'analyse des données afin de déterminer des éléments tels que la segmentation, le « profiling », le risque client, sans oublier la fidélisation et la stratégie de marque.

- **Une évolution des besoins CRM des entreprises d'ici 2011 stimulée par internet**

Début 2010, les principales fonctionnalités déployées par les 145 décideurs interrogés par MARKESS International* concernent des domaines classiquement adressés par les solutions de gestion de la relation client : gestion des contacts et comptes clients, prospection, gestion des affaires commerciales, des campagnes marketing, de la force de vente, suivi des activités ainsi que reporting décisionnel associé. Celles-ci constituent les fondamentaux et le point de passage obligé de la relation client. D'ici 2011, les entreprises interrogées évoquent cependant des besoins accrus en fonctionnalités capables de les aider dans leur gestion des interactions clients directement issues du web et intégrant mieux la composante internet.

Principales Fonctionnalités CRM en Mode SaaS / On Demand Privilégiées France, 2009-2011



Source : MARKESS International

* échantillon non représentatif de l'ensemble des entreprises en France

Il s'agit de solutions CRM adressant notamment :

- ✓ Le traitement et la gestion des e-mails, entrants comme sortants ;
 - ✓ Le partage de contenu, soit en interne afin d'améliorer la collaboration entre commerciaux par exemple, soit en externe pour favoriser la mise à disposition de documents pour les clients ;
 - ✓ La gestion de fonctionnalités qui permettent aux clients d'être rappelés par un conseiller client, de type « web call-back », « click to talk », « click to call »... ;
 - ✓ Des fonctionnalités de conférence web qui permettent soit la collaboration en interne autour de l'outil de CRM, soit l'établissement de visio-conférence avec les clients ;
 - ✓ La géolocalisation, principalement utile pour des clients disposant de terminaux mobiles embarquant un GPS ou à destination de commerciaux nomades ;
 - ✓ La messagerie instantanée est aussi envisagée parmi les modes d'interactions en temps réel aussi bien avec les clients qu'entre collaborateurs en interne.
- **Une percée significative du mode SaaS d'ici 2011**

Une autre tendance de fond se dessine en parallèle : celle de la percée du mode SaaS (Software as a Service) dans les pratiques des entreprises. Le mode SaaS qualifie des solutions applicatives accessibles en ligne, comme un service, le plus souvent via internet et un navigateur web. Ces applications, le plus souvent mutualisées¹, sont hébergées hors de l'entreprise chez un prestataire ou l'un de ses partenaires. L'entreprise utilisatrice n'achète pas de licence logicielle, elle « loue » un droit d'usage incluant la maintenance de l'application. L'entreprise paie en fonction de l'utilisation qui est faite de la solution, au nombre d'utilisateurs, selon les fonctionnalités activées, le volume de données concernées, etc.

Bien que très stratégiques pour les organisations, les solutions de CRM sont de plus en plus adoptées selon le mode SaaS / On Demand. En effet, MARKESS International estime qu'à fin 2009, alors qu'environ 58% des entreprises françaises privées (d'un salarié et plus) recourent à au moins un prestataire de solution CRM (quels que soient le périmètre fonctionnel et le mode de recours, licence ou SaaS), +/- 11% recourent déjà à des solutions CRM en mode SaaS. D'ici 2011, ce pourcentage pourrait encore doubler.

Cependant, selon Emmanuelle Olivié-Paul, Directrice Associée de MARKESS International, « *cet engouement ne doit pas cacher des pratiques beaucoup plus disparates et hétérogènes combinant le recours à des solutions en mode licence et à d'autres en mode SaaS. En effet, selon le périmètre fonctionnel concerné ainsi que l'existant en place, les entreprises mixent les approches. Il n'est pas rare en effet qu'au sein d'une même organisation plusieurs solutions CRM différentes soient utilisées au périmètre fonctionnel le plus souvent complémentaire (comme la gestion des e-mails entrants, les plates-formes d'e-mailing, la gestion des affaires commerciales...).* »

- **Un marché à croissance dynamique avec de nombreux acteurs**

En France, le marché des solutions de gestion de la relation client en mode SaaS voit intervenir aussi bien des acteurs très spécialisés sur un domaine fonctionnel (e-mail marketing, configurateur, solutions vocales) que des acteurs plus globaux qui vont adresser plusieurs briques fonctionnelles, en propre ou avec des partenaires, constituant aussi de véritables systèmes de CRM.

En 2009, les entreprises interrogées ont plus particulièrement cité les acteurs de solutions applicatives suivantes (par ordre décroissant) : Salesforce.com, Sage / Ciel, SAP, Akio, Experian, Microsoft, Cegid, La Poste (avec Maileva et d'autres entités du groupe), Oracle/Siebel, Atos Worldline, Emailvision, Ines, SugarCRM, Access Commerce, App-line, Dolist, E-DEAL, Eptica, Neolane ...

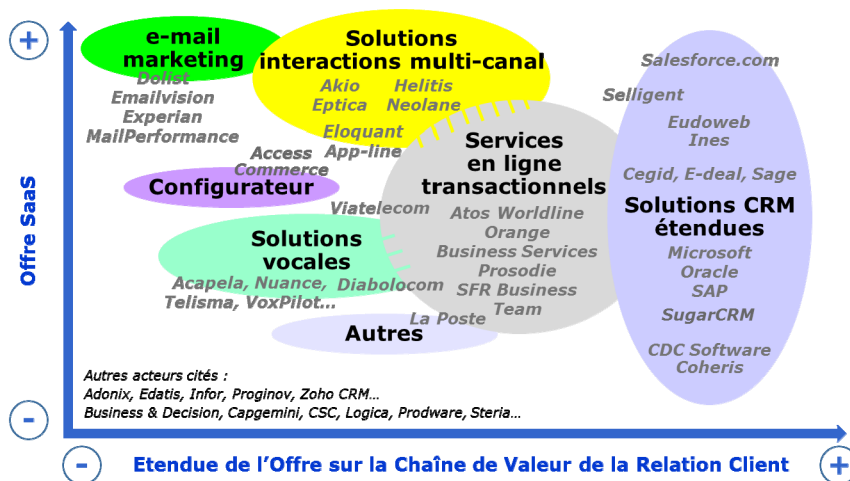
¹ Deux types d'architecture sont possible : soit une architecture multi-locataires (ou encore « multi-tenant ») qui permet des traitements pour plusieurs clients dans une instance d'application unique, soit une architecture « multi-instance » qui utilise une instance de l'application par client dans un même environnement d'exploitation.

Il faut ajouter à ces acteurs applicatifs, les cabinets de conseil et sociétés de services qui interviennent soit en amont en tant que prescripteur et accompagnateur, soit à l'intégration et mise en œuvre de la solution. Il s'agit d'acteurs comme Atos Origin, Business & Décision, Capgemini, CSC, Logica, Prodware, Sopra, Steria... sans oublier des opérateurs de services transactionnels comme Orange Business Services, Prosodie ou encore SFR Business Team.

Le graphique ci-dessous délivre un positionnement de quelques acteurs sur ce marché (liste non exhaustive) montrant l'étendue de leur offre sur la chaîne de valeur de la relation client et le niveau de prise en compte du mode SaaS dans leur offre.

Ces acteurs agissent sur un marché dynamique, qui devrait bénéficier dans les années à venir d'une croissance à deux chiffres. En effet, le marché français des solutions CRM en mode SaaS / On Demand devrait atteindre 410 millions d'euros en 2011 contre 320 en 2009, soit une croissance annuelle moyenne de +13,2%.

Marché des Solutions CRM en Mode SaaS / On Demand : Mapping de Prestataires France, Février 2010 (liste non exhaustive)



Source : MARKESS International

Pour télécharger la synthèse gratuite de cette étude, cliquez sur le lien ci-dessous : [Référentiel de Pratiques – Clés de Succès des Solutions CRM en Mode SaaS / On Demand](#)

Pour relayer la synthèse de cette étude sur Twitter : [Nouveau Référentiel – Clés de Succès des Solutions CRM en Mode SaaS / On Demand #markess](#)
<http://bit.ly/markessCRMSAAS>

La méthodologie suivie pour réaliser cette étude de plus de 150 pages de données détaillées repose sur des interviews réalisées de novembre 2009 à février 2010 auprès de **145 entreprises privées et administrations** basées en France. Par ailleurs, **une trentaine de prestataires** actifs sur le marché français des solutions de CRM ont aussi été interrogés parmi lesquels : 3VA, Acemis, AG2L, App-Line, Arvato Services, Avisor Vigimedia, Business & Decision, Cegedim Dendrite, Cegid, Clever Technologies, Coheris, Easiware, E-Deal, Eloquant, Emailvision, Eudoweb, Globalis, IBM, Ines, Kimoce, Logica, Message Business, Nelis, NextApplication, Nomalys, RSMS, Sage, Salesforce.com, Selligent, SFR, Smart Solutions, Steria, Synolia, Update Software, Vivetic...

Ce communiqué porte sur l'étude publiée en février 2010 par MARKESS International : **CRM : Clés de Succès des Solutions en Mode SaaS / On Demand, 2009-2011**

Cette étude de plus de 150 pages a été conduite par MARKESS International avec le soutien des sociétés suivantes actives sur le marché :

E-DEAL, Eudonet, Oracle, Orange Business Services et Salesforce.com

Exemples d'implémentation de solutions CRM en mode SaaS / On Demand

Organisation	Détail du Projet	Prestataire
Barclays Banque	Solution pour le développement commercial pour l'ensemble des réseaux Barclays France soit près de 1 000 collaborateurs.	Eudonet
CCI Grand Lille	Outil central utilisé par tous les collaborateurs pour le suivi des actions individuelles et collectives auprès des ressortissants.	Eudonet
Cirque Arlette Gruss	Solution « Guide Vocal-Web », couplée à un numéro indigo, pour bénéficier d'un serveur vocal interactif permettant l'orientation des appels, la diffusion automatisée d'informations et la mise en relation pour les réservations.	Orange Business Services
Compass Group	Projet européen regroupant plus de 1 000 utilisateurs dans 10 pays. Automatisation des forces de vente (gestion de clients, gestion affaires, collaboration inter-vendeurs & départements, reporting hiérarchique, marketing opérationnel).	Oracle
Disneyland Paris	Le multimédia mobile au service de l'expérience du visiteur, via une solution flashcode.	Orange Business Services
Esker	Suivi et gestion des interactions clients dans 50 pays par 180 utilisateurs. Mise en œuvre en 8 langues et intégration avec SAP en 90 jours, avec un taux d'adhésion élevé des utilisateurs.	Salesforce.com
Géant Casino	Suivi de l'activité de vente aux collectivités, afin de se rapprocher d'une démarche BtoB et de disposer d'un outil centralisé permettant de suivre l'expansion de l'activité.	E-DEAL
K par K	Gestion de 150 000 appels entrants par an, convertis en 20 000 rendez-vous. Couplage de la solution au site web, pour proposer un web call-back, à une solution d'envoi automatique de SMS.	Salesforce.com
Libération	Regroupement des fichiers clients au sein d'une base unique, création d'outils pour l'envoi récurrent d'e-mails, génération et envoi de 100 000 newsletters par jour en 2 heures, mise en place d'opérations de marketing direct.	E-DEAL
Thales	Projet inter-entités regroupant plus de 1 500 utilisateurs. Automatisation des forces de vente (communication inter-vendeurs, gestion d'affaires, gestion de comptes, reporting hiérarchique), synchronisation avec la messagerie et intégration de la mobilité.	Oracle

Source : Prestataires

MARKESS International remercie Tarsus, organisateur du Salon Stratégie Clients, partenaire de cette recherche et qui a relayé le questionnaire

Pour télécharger les sommaires de nos études : www.markess.fr/etudes.php

Pour consulter nos autres communiqués de presse : www.markess.fr/pressreleases.php

Pour toute information complémentaire, veuillez contacter :

Sylvie Chauvin au 01 56 77 17 77 ou à l'adresse e-mail : schauvin@markess.com

MARKESS International est un cabinet d'études et de conseil qui analyse depuis 10 ans

la transformation et la modernisation des organisations avec les technologies de l'information.

Etabli à Washington, D.C. et à Paris, MARKESS International a pour mission d'aider tant les maîtrises d'ouvrage à mieux comprendre et tirer parti des technologies de l'information que les offreurs à mettre au point une stratégie optimale pour cibler ces marchés. Depuis 2002, fort de ses expériences et de son savoir-faire dans le domaine de l'administration électronique aux USA et de ses connaissances des impacts des nouvelles technologies sur les entreprises privées, MARKESS International a lancé une pratique dédiée à l'analyse des marchés de l'administration et du secteur public.