

# Logiciels de GRC : le mode hébergé séduit

Pléthorique, l'offre destinée aux PME repose sur des outils hébergés bon marché, mais limités, et sur des solutions client-serveur puissantes, mais chères. L'automatisation des forces de vente reste le projet phare des PME. Par Frédéric Bordage

**L**a gestion de la relation client (GRC) est un concept technologique, à l'origine de nombreux développements. L'ambition des logiciels de GRC\* est simple : faciliter le travail des commerciaux, analyser la demande, fidéliser le client et, au final, augmenter le chiffre d'affaires. Grâce à leur approche économique et à leur facilité de déploiement, les logiciels hébergés séduisent les PME qui souhaitent procéder à l'automatisation de leurs forces de vente (AFV\*), gérer leurs campagnes marketing ou disposer d'un centre d'appels à moindre coût. La plupart

des PME commencent par utiliser un outil d'AFV afin de créer un référentiel clients unique, mais aussi pour partager les fiches clients, les opportunités d'affaires et les agendas. Ce partage permet une planification efficace des visites commerciales ou de maintenance. « Suite à un premier échec d'automatisation des forces de vente avec un outil client-serveur, nous avons choisi la solution hébergée d'Inès, plus simple et plus rapide à mettre en œuvre. En un mois, tous nos commerciaux étaient opérationnels », se réjouit Philippe Rideau, directeur des ventes de Nikon Instruments. Plus chers, les

logiciels client-serveur sont aussi mieux adaptés à une approche verticale. Des éditeurs tels Siebel Systems, Selligent et Vente Partners adaptent en effet leur offre à des secteurs comme la finance ou la santé. D'autres, comme FDV Concept ou Icom se positionnent sur les secteurs de la grande distribution et de l'informatique. Cette verticalisation accélère la prise en main. « Au terme d'un développement spécifique, Siebel CRM for MidMarket prend en charge la gestion des aides publiques. Cela a facilité son adoption », confirme Jean-Pierre Fabre, chargé de mission au comité d'expansion de la Sarthe.

## L'option multicanal

Quant aux outils de marketing opérationnel, ils s'appuient sur le référentiel clients pour engager des campagnes par de multiples canaux. Le plus souvent, par exemple, pour

\* Lire glossaire p. 28

## Quelques offres de gestion de la relation client

Editeur/Produit	Type d'outils	Commercialisation	Caractéristiques	Prix (ht)
Atemis e-CRM	GRC intégrée, centre d'appels	Client-serveur	Couverture complète.	À partir de 70 €/mois/utilisateur.
Business Objects Customer Intelligence 6.5	GRC analytique	Client-serveur	Quatre modules décisionnels couvrant tous les besoins d'analyse des données clients.	18 760 €/utilisateur.
e-Deal e-Deal CRM Express	GRC intégrée	FAH	Couverture complète.	70 €/mois/utilisateur.
Eudonet Eudonet	GRC intégrée	FAH	Couverture complète.	50 €/mois/utilisateur.
eFront eFront CRM	AFV, campagnes marketing	Client-serveur	Gestion des ventes, analyse et prévision commerciale, suivi de campagnes marketing, automatisation de l'assistance client.	50 €/mois/utilisateur.
FDV Concept E@sy Sales 5.0	AFV (secteur de la distribution)	Client-serveur	Gestion des forces de vente, agenda, visite, plan d'action, relevé de linéaires.	500 à 1 500 €/utilisateur selon les options retenues.
KDP Informatique Vente Partner 6.5 Team Edition	AFV, campagnes marketing, GRC analytique	Client-serveur	AFV, gestion de campagnes marketing, du service (e-mail entrants, CTI) et décisionnel.	690 €/utilisateur.
KIMOCE Pack KIMSAV 4.0	Service après-vente	Client-serveur	Gestion des forces de vente, gestion de campagnes, analyse de données, centre d'appels.	1 085 € pour cinq accès.
Microsoft CRM 1.2	AFV pour Microsoft Exchange	Client-serveur et FAH	Gestion de prospects, opportunités, rendez-vous partagés, suivi d'incidents, réclamations.	3 648 €/mois pour dix utilisateurs.
Salesforce.com Professional Edition	AFV	FAH	Gestion des forces de vente, gestion de campagnes, analyse de données, centre d'appels.	70 €/utilisateur selon les options.
Siebel • Siebel CRM Professional Edition 7.7 for MidMarket	GRC intégrée	Client-serveur	Couverture complète.	975 €/utilisateur.
Siebel • Siebel CRM OnDemand	GRC intégrée	FAH	Couverture intégrée.	70 €/mois/utilisateur.

personnaliser l'envoi d'e-mails proposant de nouveaux services ou produits en fonction de l'historique du client. Les solutions de marketing opérationnel et de centre d'appels fusionnent peu à peu. Grâce à ce couplage entre téléphonie et informatique (CTI), l'entreprise dispose d'un seul centre de contacts multicanal qui gère à la fois les flux entrants (assistance, SAV) et les flux sortants (campagnes de marketing direct, prospections téléphoniques). Chaque e-mail étant répertorié, les relances sont plus efficaces. - Ayant rencontré des problèmes d'échange de données entre nos outils de GRC et le centre d'appels, nous avons mis en place Hermès 9.5 de Vocalcom, solution gérant à la fois la distribution des appels et la centralisation des données clients », confirme Anne-Martine Dupuy, directrice du centre d'appels de La Centrale.

#### Des tarifs élevés

Afin de relier le commercial au système d'information, les éditeurs proposent des extensions pour les périphériques mobiles : PC portables, PDA connectés par GPRS, etc. Mais - la mobilité est rarement mise en œuvre car de nombreuses applications ont encore des problèmes de réplication et de synchronisation », constate Christophe Celette, expert GRC chez Euriware. En marge de la gestion des ventes, des campagnes et des appels, la GRC analytique assure l'analyse des données

#### Nikon Instruments (division de Nikon France)

Vente de microscopes et d'appareils de mesure.

Quinze commerciaux utilisateurs de la solution hébergée Salesforce Automation d'Ines.

Effectif : 28 personnes.

CA 2003 : 8,5 millions d'euros.

Site web : [http://www.nikon.fr/nikon\\_web/instruments.nsf/home](http://www.nikon.fr/nikon_web/instruments.nsf/home)

« Un logiciel de gestion des forces de vente en mode hébergé ne réclame pas de compétence technique et reste accessible à distance.

Philippe Rideau,  
directeur des ventes  
chez Nikon Instruments.



commerciales afin de repérer et d'anticiper des tendances ou d'affiner le positionnement d'un produit. Elle est encore peu pratiquée à cause du coût élevé des outils. Côté mise en œuvre, 68 % des projets de GRC ont connu en 2002 des problèmes d'intégration de données ou une mauvaise appréciation des besoins, estime le cabinet d'analystes Brulant. Les entreprises adoptent peu de suites intégrées et préfèrent d'abord un logiciel d'AFV, puis un outil de gestion de campagne et ensuite un logiciel d'analyse. Les déploiements prennent des semaines, voire des mois, lorsque les

besoins de paramétrage sont importants. Logiquement, la part de services représente 50 à 150 % du montant des licences. Un projet de GRC coûte donc entre 100 € par utilisateur et par mois pour une solution hébergée et 3 000 à 4 000 € par utilisateur pour une solution traditionnelle (voir tableau). Face à ces difficultés de mise en œuvre, certaines entreprises choisissent d'exploiter leur PGI pour créer des fonctions de GRC. Celles-ci sont alors disséminées au sein de chaque module fonctionnel (Cegid GRC, SalesLogix de Sage, SAP Business One, mySAP CRM, etc.). ▶

« La mise en place d'un centre d'appels nécessite un réel travail d'équipe entre les responsables opérationnels, le département informatique et les utilisateurs.

Anne-Martine Dupuy,  
directrice du centre  
d'appels France Tradex,  
maison mère  
de La Centrale,  
groupe de presse  
spécialisé dans  
les petites annonces.



#### La Centrale

Groupe de presse spécialisé dans les petites annonces.

50 agents utilisateurs de la suite logicielle Hermès de Vocalcom, pour la distribution des appels et l'analyse des demandes clients.

Effectif : 250 personnes.

CA 2003 : 35 millions d'euros.

Site web : <http://www.lacentrale.fr>

## @voir

Site ressource à vocation commerciale à propos de la GRC. Actualités, lettres d'information, revues de presse. <http://www.relationclient.net>

L'information quotidienne de la GRC (en anglais), par l'éditeur indépendant NewsFactor Network. <http://www.crmdailynewsfactor.com>

Un glossaire à propos des systèmes d'information marketing. <http://www.fsa.ulaval.ca/simkaid/glossaire.htm>