

CRM : Comment Revenir Maintenant en 2006 ?

De plus en plus, les analystes suivent en parallèle l'évolution de trois marchés des solutions informatiques : le décisionnel, les ERP ou PGI (progiciels de gestion intégrés) et le CRM (gestion de la relation client).

Et pour cause : gros volumes de données, traitements complexes et forte implication dans la stratégie des entreprises caractérisent ces applications. De plus, elles feraient profiter leurs utilisateurs de bénéfices a priori pas évidents et parfois contestables. Cependant, personne ne remet en cause leur utilité. Le plus souvent, les mauvaises performances résultent d'une analyse inappropriée ou d'un déploiement fantaisiste. **Le petit dernier du trio a beaucoup souffert** La dernière étude d'IDC, intitulée « *Le marché français du CRM Bilan et Perspectives 2005-2009* », montre combien l'année 2005 confirme la tendance à la hausse (encore modérée) du secteur. En 2001 et 2002, les entreprises ont fortement revu à la baisse leurs investissements. Bien qu'elles aient toutes affichées une forte volonté de conquête de clients, elles ont souvent stoppé leurs investissements en CRM. Le secteur a donc enregistré un recul jusqu'en 2003 : -30 %, -13,1 %, puis +3 %. Pendant ce temps, les ERP marquaient un moindre repli (+9,9 %, +3 %, puis -7,9 %), tandis que le décisionnel se maintenait entre +6 et 8 %. « *Plutôt que de déployer de nouveaux projets informatiques, la préoccupation majeure des entreprises françaises a été de rationaliser et d'optimiser l'existant* », analyse le cabinet d'étude. **Meilleurs vœux des grandes entreprises pour le CRM** IDC prévoit un redémarrage du marché français du CRM, non seulement grâce aux investissements prévus par les grandes entreprises, mais aussi par les extensions de projets envisagées incluant la relation client dans leur périmètre. Le cabinet d'étude ajoute même « *30 % des grandes entreprises françaises devaient acquérir et mettre en place une application CRM en 2005. La dynamique à attendre pour 2006 est du même niveau : les extensions fonctionnelles, les changements de périmètres des applications devraient conduire à un doublement du volume de l'investissement en applications CRM en 2006* ». **Un peu de baume au cœ�ur après l'agitation des fêtes?** Autres chiffres significatifs : 49 % des entreprises françaises déjà équipées d'un outil CRM envisagent l'achat de nouveaux modules ; 66% d'entre elles augmenteront le nombre d'utilisateurs accédant aux applications CRM ; et 55 % en équiperont plus de sites. Si avec tout cela, la calculatrice à licences ne s'emballe pas chez les éditeurs? On notera dans les histogrammes ci-dessous une forte croissance des logiciels d'automatisation des forces de vente (SFA) et des outils de marketing. On s'étonnera encore de moindre intérêt pour les solutions liées au service client de la part de ces grandes entreprises, pourtant toutes multilabellisées ISO quelque chose !