

CRM : Microsoft arrache HP à Salesforce

Microsoft marque un point contre Salesforce. Le premier éditeur mondial a convaincu HP Inc, qui regroupe les activités PC et impression du Californien depuis sa scission en deux, de migrer sur sa solution de CRM. Le contrat d'une durée de six ans, qui concerne des milliers d'utilisateurs, vise à déboucher sur une « *expérience de vente plus intégrée entre les commerciaux de HP et la communauté des distributeurs* », indique Microsoft dans un communiqué. Si les deux entreprises sont peu disert sur les objectifs plus précis du deal, signalons que HP est déjà un client des services Cloud de Microsoft, en l'occurrence tant d'Azure (IaaS) que d'Office 365 (suite bureautique en mode SaaS).

La signature de ce contrat intervient trois mois après [le rachat de LinkedIn par Microsoft](#) (pour 26 Md\$). Rappelons que le premier éditeur mondial entend exploiter le réseau social professionnel pour muscler son offre de CRM, et mieux concurrencer Salesforce, qui était [lui aussi candidat au rachat](#) de LinkedIn. Précisément, avant sa séparation en deux entités, HP était connu pour être un des grands clients de Salesforce, solution utilisée par ses forces de vente. Le Californien utilisait également un portail pour ses partenaires, Unison, étroitement intégré à la plate-forme du spécialiste du SaaS. Le choix de Microsoft par HP est également un revers pour Oracle, jusqu'à présent employé par le Californien pour ses activités de support, des fonctions appelées à être prises en charge par Microsoft Dynamics, a confirmé Jon Flaxman, le directeur opérationnel de HP dans une [interview](#) à *Fortune*. Les équipes de vente de HP comptent environ 6 500 salariés, son bras armé dans les services quelque 20 000 personnes.

Dynamics 365 dans le sillage d'Office 365

Microsoft a récemment réaffirmé sa volonté de s'imposer dans le CRM, via le lancement de Dynamics 365, une offre Cloud qui intègre les fonctions de l'ERP et du CRM. Cette mouture, attendue pour l'automne, doit être étroitement intégrée à Office 365, via un modèle de données commun. Une façon pour Microsoft de faire profiter sa gamme Dynamics de la dynamique que connaît sa solution de productivité personnelle online.

Microsoft compte bien jouer sur cet 'effet de gamme' pour séduire les grands comptes. Dans son communiqué annonçant le contrat avec HP, Redmond écrit : « *en complément de Dynamics CRM, Office 365 fournit aux équipes mondiales de HP dans les ventes, le marketing et les services une expérience immersive et connectée de productivité, ouverte sur la collaboration. En supplément, Power BI (l'offre décisionnelle de Microsoft, NDLR) permettra aux équipes marketing de HP de découvrir des corrélations métiers et de faire des prédictions sur l'activité. Azure fournira à la DSI un Cloud ouvert, global et hybride pour toutes les solutions, tout en offrant à HP une plate-forme pour les nouveaux projets à un coût de revient très bas.* »

A lire aussi :

[CRM, ERP, Analytics, ECM : les dépenses des entreprises s'envolent](#)

[CRM : Salesforce distance SAP et Oracle](#)

crédit photo : [ricochet64](#) / [Shutterstock.com](#)