

Dreamforce 2015 – Olivier Derrien : « L'Europe et surtout la France sont de réels moteurs de croissance pour Salesforce »

A l'occasion de l'évènement Dreamforce, la rédaction de Silicon.fr a rencontré Olivier Derrien, vice-président senior Europe du Sud, Moyen-Orient et Afrique de Salesforce. Il a dressé un tour d'horizon sur la place de la France pour l'éditeur américain et la mise en œuvre des solutions.

Silicon.fr : Que pouvez-vous nous dire du poids de la France chez Salesforce?

Olivier Derrien : Cette année à Dreamforce, l'agrégation française comptait 450 personnes. L'objectif consiste à faire se rencontrer des clients et des prospects, mais également à les mettre en contact avec des spécialistes Salesforce, et des partenaires. Concernant le taux de transformation, nous avons noté que 80 % des entreprises venant à Salesforce investissent de façon plus ou moins importante sur nos solutions dans les cinq mois suivant l'évènement.

L'Europe, et plus particulièrement la France (ainsi que l'Italie et l'Espagne), sont de réels moteurs de croissance pour Salesforce. Une tendance qui est confirmée chaque trimestre.

Pourtant, l'Hexagone ne dispose toujours pas de son datacenter, malgré la demande de nombreuses entreprises...

Après l'ouverture de datacenters au Royaume-Uni et en Allemagne, un datacenter français ouvrira au premier semestre 2016.

Si le sujet de l'hébergement des données sur le territoire national est abordé dans 100% des discussions avec nos clients français, il ne représente un frein au choix de la solution que dans 2% des situations.

Et même dans le cas d'un datacenter français, des questions juridiques restent toujours à régler. Comme toujours, il s'agit de trouver le juste équilibre entre confiance et risque. Salesforce s'efforce d'y répondre au mieux en jouant la transparence sur toutes les mesures de sécurité déployées dans ses datacenters, et dans ces pratiques.

Côté sécurité, nous avons également annoncé Salesforce Shield en juillet dernier, qui propose chiffrement, l'audit, la traçabilité, l'Event Monitoring, etc.

Précision importante : les données confiées à Salesforce restent à 100 % la propriété de l'entreprise. Et, bien entendu, les contrats prévoient la restitution de ces données avec une réflexion si un partage de paramètres est nécessaire. Mais cela est valable quelles que soient les solutions, Salesforce ou non.

Salesforce tente depuis plusieurs années de se présenter comme une plate-forme au-delà du CRM. Qu'en est-il dans les faits?

Outre nos propres solutions, tout l'écosystème Salesforce est composé de bâtisseurs d'applications, au-delà du CRM. Par exemple, des solutions RH. Les ventes de ce genre de solutions représentent

de 10% à 70% du chiffre d'affaires selon les pays.

Quels sont vos plans de recrutement sur le territoire français?

Nous envisageons l'embauche de 100 personnes dans les 12 mois à venir. Nous recherchons plutôt des commerciaux expérimentés, mais aussi des technico-commerciaux, des consultants (plutôt seigneur), mais aussi des spécialistes pour nos centres de recherche et développement de Grenoble et Paris.

Que faites-vous pour développer les compétences Salesforce en France?

Pour utiliser les nouvelles technologies, il faut effectivement former de nouveaux profils ou en trouver à recruter.

Nous avons de nombreux partenariats en ce sens avec des troisièmes cycles universitaires. Comme à Lille, où les étudiants doivent réaliser un cas client avec le CRM Salesforce. Nous participons à la chaire Cloud de l'université de Saint-Quentin, et intervenons dans les conférences de nombreuses écoles. Par ailleurs, nous sommes partenaires du concours du meilleur développeur de France avec l'école 42.

Pour l'instant, nous n'adressons que 5% à 10% des développeurs. C'est pourquoi nous avons de grands projets, et poursuivons nos investissements afin d'adresser cette population stratégique pour nos solutions.

Selon vous, le DSI est-il revenu au centre des décisions concernant les projets informatiques?

J'aime utiliser la notion de « vente consultative », pour exprimer le fait d'être crédible dans les discussions business apportant une vision précise de la transformation numérique, afin d'apporter des pistes de modification dans l'organisation et les processus de l'entreprise. Et, effectivement, le directeur informatique doit impérativement faire partie de ces échanges.

Auparavant, implémentation d'une solution de type ERP ou CRM pouvait nécessiter plusieurs années. Aujourd'hui, les projets s'étalent sur des périodes maximales de six à neuf mois, comprenant des temps d'arrêt à chaque fin de projet pour savoir si la prestation peut continuer ou non. Désormais, il faut prouver la faisabilité et la valeur ajoutée avant de commencer le projet. Désormais, la DSI et la direction générale sont coresponsables du résultat, mais aussi en cas d'échec.

C'est pourquoi la solution doit forcément résulter d'un partenariat entre la DSI et les directions métiers. C'est d'ailleurs l'un des seuls moyens d'obtenir un projet réussi pour les deux entités, mais aussi pour nous.

Notre rôle consiste à nous positionner avec et entre ces deux entités qui ne se parlent généralement pas assez, et ne pensent parfois pas assez à l'entreprise. L'habileté de la direction générale consiste à orchestrer cette relation afin que tous puissent travailler ensemble au bénéfice de l'entreprise. Par exemple, le DSI français d'Axa France, Marc Blottière est étroitement associé au patron des ventes et de la direction marketing pour réussir ce genre de projet.

Vous venez de racheter Kerensen Consulting. Quid des partenariats avec les grands cabinets de consultants?

Suite au [rachat de Kerensen Consulting](#) , nous proposons effectivement des prestations de consulting. Cependant, nous poursuivons notre politique de partenariat avec des sociétés de consulting. Par exemple, Accenture a dédié une équipe de 5000 personnes dans le monde pour accompagner les entreprises utilisant les technologies Salesforce.

A lire aussi :

[Salesforce retient Interxion pour son datacenter en France](#)

[Tesla, Salesforce, ARM ou Iliad entreprises innovantes selon Forbes](#)