

# Dreamforce 2015 : Salesforce mise à la fois sur Uber et Microsoft

Forte fréquentation pour la treizième édition de Dreamforce à San Francisco: Salesforce annonce plus de 160 000 inscrits sur la semaine. Et pour transporter toutes ces personnes... Uber est sur toutes les lèvres et au bout de tous les index. Logique, dans cette ville phare pour l'étendard de la «nouvelle économie digitale». Et donc, une excellente occasion pour Uber de communiquer et pour Salesforce de surfer sur la tendance.

## **Un tête-à-tête plaisant. Sans arrière-pensées ?**

Prenez un dirigeant incarnant la nouvelle économie (au point que le nom de sa société se décline dans le langage courant en nom commun et en verbe), avec une réputation à embellir. Mettez-le sur scène avec un éditeur porte-drapeau de la révolution Cloud, à la recherche d'une image d'acteur majeur de la révolution de l'entreprise digitale. Et chacun y trouve son compte. Dans le rôle de l'interviewer bienveillant, Marc Benioff, CEO de Salesforce souhaite être associé à Uber apportant le glamour de la transformation digitale (si possible en gommant les polémiques). Dans le rôle de l'interviewé, Travis Kalanick fondateur et dirigeant d'Uber, à la fois innovateur, et au centre de polémiques sur le droit du travail et autres considérations dans de multiples pays.

Les échanges sont plutôt courtois, voire amusants, mais pas innocents.

*« Uber se propose de mettre en relation les conducteurs et les passagers de telle sorte que la course soit intéressante pour tous, et que ces deux personnes vivent la meilleure expérience possible. [...] Uber crée des emplois de chauffeur avec une organisation flexible. D'ailleurs, certains travaillent aussi pour des concurrents,»* affirme Travis Kalanick qui ajoute que dans San Francisco, les tarifs sont 40% moins chers avec Uber. (Ce qui est loin d'être le cas à Paris...).

Semblant le titiller, Marc Benioff lui tend une perche: *« Vous recherchez surtout une solution pour remédier à un problème. Je ne peux pas imaginer que vous souhaitiez détruire l'industrie des taxis!»* Cependant, le dirigeant d'Uber ne la saisit qu'en partie: *«En fait, ce n'est qu'à moitié vrai. Le modèle des taxis est dépassé, non seulement pour les chauffeurs, mais aussi pour les passagers. Et l'objectif d'Uber consiste aussi à améliorer les conditions de travail et de rémunération pour les chauffeurs.»*

Tandis que Marc Benioff suggère que le succès auprès des conducteurs contribue de facto à la satisfaction du client, Travis Kalanick détaille le lien principal entre technologie et modèle économique: *«Uber s'efforce de disposer d'assez de chauffeurs à tout moment pour répondre au plus vite à la demande, voire pour l'anticiper grâce à des algorithmes prédictifs et à l'analyse en temps réel. La technologie doit permettre de faire fonctionner l'infrastructure informatique afin de prendre en charge le client au plus vite et au coût le plus intéressant possible, afin de le conduire d'un point A vers un point B.»*

Au final, le ton détendu de l'interview et quelques plaisanteries donnent une image plutôt sympathique de Travis Kalanick, tandis que la marque Salesforce est associée à cette digitalisation, première préoccupation des entreprises. Pari gagné!

## **Microsoft et Salesforce : concurrents, mais néanmoins « amis ».**

Après deux ans de présence à Oracle Open World, des partenariats publics comme avec SAP... Microsoft poursuit sa course à l'ouverture, et à « une concurrence sereine ». Une aubaine pour Salesforce qui cherche légitimement à augmenter sa pénétration dans les entreprises de toutes tailles.

En mai 2014, les deux entreprises avaient signé [un accord pour faciliter l'intégration de leurs solutions](#). Un partenariat [confirmé en octobre 2014](#). Elles ont même [participé ensemble au « rachat » d'Informatica](#) à hauteur de plus de 5 milliards de dollars cet été.

Quoi qu'on en pense, la proximité avec Microsoft (très présent dans toutes les entreprises) est bonne à prendre. Toutefois, pas jusqu'à retrouver Marc Benioff sur scène aux côtés de Satya Nadella. Le dirigeant de Microsoft est venu en personne jouer les VRP de luxe de ses solutions. Sans oublier au passage de citer largement Azure et ses offres. Y compris sur l'Internet des Objets, justement une annonce importante de Salesforce cette semaine...

Pour démontrer l'intégration de solutions Microsoft avec Salesforce (avec la messagerie Outlook, sur le suivi d'utilisation des outils Office par les utilisateurs...), le CEO de Microsoft a commencé par prendre un iPhone en prenant le soin de préciser: *«Ce n'est pas mon iPhone, mais c'est un iPhone Pro, puisqu'il contient des applications Microsoft!»*

Puis, la démonstration a suivi sur un smartphone sous Windows Phone, en tentant vainement d'utiliser l'assistant de reconnaissance vocale Cortana, à 3 reprises... avant de passer en démonstration sur un écran de PC. Dommage.

Une intervention malgré tout très applaudie, et un joli doublé pour Salesforce.

A lire aussi :

[App Cloud centralise l'expertise de Salesforce pour les développeurs](#)

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