

DreamForce'07 : Salesforce fait le plein du 'no software'

DreamForce'07, San Francisco – Le constat de Marc Benioff, fondateur, président du conseil d'administration et CEO de Salesforce.com, est sans appel, le modèle du *'on-demand'*, les services à la demande, a rencontré son public au sein des entreprises.

S'il ne fallait qu'une preuve de ce succès, les 7.000 visiteurs attendus sur la réunion de l'écosystème du groupe auraient suffi... Mais les résultats de Salesforce sont à l'avenant, avec la reconnaissance des analystes et des médias, une explosion de ses revenus, qui devraient dépasser les 900 millions de dollars avant la fin de l'année, et une progression toujours aussi régulière du nombre de clients, qui a dépassé les 35.300.

Et parmi ces entreprises qui ont choisi le modèle à la demande et multi locataire (*multi tenant*) figurent des TPE, des PME, des associations, mais également des géants de l'industrie, comme Japan Post and Mail (45.000 abonnés), Dell (40.000), ou encore Cisco dont le patron en personne, John Chambers, est venu sonner les louanges de Salesforce.

On peut s'étonner d'un tel enthousiasme, mais les chiffres sont là : les serveurs du groupe ont enregistré 18,7 milliards d'appels aux APIs, 6,2 millions de customisations ont permis de faire évoluer 44.156 applications disponibles sur la plate-forme, les outils de reporting en ligne ont cumulé jusqu'à 5,5 millions de rapports. Jusqu'au langage Apex qui aligne aujourd'hui plus de 384.000 lignes de code.

Un modèle unique pour la satisfaction de tous les abonnés

Pour Marc Benioff, l'époque du logiciel via l'approche client/serveur est révolue et doit laisser sa place au *'on-demand'*, multi locataires et abonnés. Un modèle qui permet de s'adresser à tous les types d'entreprises, quelque soit leur taille.

Autre atout du modèle, le déploiement rapide d'une application en entreprise. Rapide, quelques jours contre quelques mois chez un éditeur de logiciels ; mais également simple, il suffit de posséder une connexion et un navigateur ; sécurisé, les mises à jours sont immédiates ; et particulièrement abordable, puisque le déploiement d'une application ne nécessite aucune infrastructure informatique (hors Internet), pas de serveurs, pas de stockage, pas ou si peu de gestion et de développement.

Et pour cela, Salesforce continue d'investir dans l'innovation. Le CRM reste bien évidemment au coeur de la stratégie de l'éditeur, mais se décline plus volontiers par métier – finance, industrie, distribution, immobilier, médias, services, PME, etc. Il s'appuie également sur son réseau de partenaires.

L'annonce de Force.com, plate-forme PaaS (Platform as a Service), en est l'exemple. Cette plate-forme se décline en six lignes : l'infrastructure sécurisée et les outils fournis en tant que services : la base de donnée, l'intégration, la logique (reporting) et Application Exchange.

Il manque la sixième ligne, l'autre grande annonce de ce DreamForce'07, un outil pour modifier l'expérience de l'utilisateur et aider les entreprises à personnaliser totalement leur environnement Salesforce, avec VisualForce.

La particularité de cette nouvelle application de développement d'interfaces 'à la demande', en dehors de sa grande simplicité, comme nous avons pu le constater, c'est son support de tous les moyens de communication, du moment qu'ils disposent d'une connexion internet et d'un navigateur.

Ainsi avons nous pu découvrir des applications Salesforce.com tourner sur des PC, des bornes interactives, des tablet PC, des smartphones, et en particulier l'iPhone d'Apple.

Enfin, Salesforce.com maintient le pied sur l'accélérateur... La manifestation a été l'occasion de présenter la nouvelle version de sa plate-forme de CRM, Salesforce'07 Winter.

Au chapitre des nouveautés, la 24^e génération du CRM supporte désormais le langage Apex, dispose d'un workflow qualifié d'intelligent, de multiples boites aux lettres et de la possibilité de créer un portail pour ses clients.

On le voit, Marc Benioff peut légitimement se féliciter du succès de Salesforce.com, et continuer à nous servir des surprises. Le déploiement de solutions de gestion comptable sur la plate-forme Force.com par exemple ? Certains partenaires de l'éditeur commencent à prendre position... Salesforce n'a pas fini de nous surprendre !