

Dynamics 365 : Microsoft fusionne ERP et CRM et s'intègre à Office

Au milieu des années 2000, Satya Nadella, l'actuel patron de Microsoft entré chez le premier éditeur mondial en 1992, dirigeait la division Dynamics, celle chargée de commercialiser les ERP et CRM. Pas étonnant donc de voir l'éditeur de Redmond époque Nadella se lancer dans une vaste refonte de son catalogue de progiciels, avec Dynamics 365. Une refonte marquée par deux inflexions principales : la fusion de l'ERP et du CRM dans une suite unique et l'intégration avec les outils collaboratifs d'Office. Au milieu de l'été, Satya Nadella publiait même une [tribune](#) sur LinkedIn présentant Dynamics 365 comme un aboutissement : « *quand je dirigeais ce groupe (Dynamics, NDLR), nous rêvions de réaliser des choses pour nos clients et partenaires qui sont aujourd'hui possibles grâce à l'adoption massive du Cloud, à la prolifération des données, des terminaux et des capteurs et aux environnements de développement agile* », écrivait alors le Pdg du premier éditeur mondial.

« *Le mid-market ? Pas seulement* »

Lancée officiellement le 1^{er} novembre et disponible tant en mode SaaS que via des installations classiques sur site, Dynamics 365 marque clairement une accélération dans la stratégie progicielle de Redmond, entamée assez discrètement par le rachat de quelques éditeurs spécialisés dans les entreprises de taille intermédiaire (Great Plains et Navision). « *Nous ne sommes pas sur le marché des entreprises de taille intermédiaire : nous équipons par exemple HP et ses 35 000 utilisateurs. Nous sommes sur tous les marchés et sommes pertinents dans toutes les industries* », assure Hayden Stafford, vice-président des ventes aux entreprises pour Microsoft Dynamics, présent lors de la soirée de lancement de Dynamics 365 en France, une soirée qui réunissait environ 300 personnes (DSI, directions métier, partenaires) la semaine dernière. Hayden Stafford (en photo ci-dessus) est un ancien de Salesforce, comme de nombreux autres experts ayant récemment rejoint la division progicielle de Microsoft.

Comme l'explique le dirigeant, la plate-forme Dynamics réunit back-office et front-office au-dessus d'un unique modèle de données et embarque les applications analytiques (avec la technologie PowerBI). Offrant une suite totalement intégrée depuis la gestion des prospects jusqu'à la facturation. Un argument qui semble par exemple avoir été essentiel pour l'industriel français Guy Degrenne (85,5 millions d'euros de chiffre d'affaires). « *Nous voulions une seule plate-forme de données permettant une réelle flexibilité dans les processus* », explique un dirigeant de cette entreprise. Avec un même modèle de données, on est assuré de travailler sur un même client du back-office au front-office, martèle Microsoft. Même si la suite peut, bien sûr, être achetée module par module, un modèle d'évolution qui correspond plus couramment aux pratiques des entreprises.

Le contexte du client depuis la boîte mail

Toutefois, l'approche défendue par Redmond n'est ici pas radicalement différente de celle d'un SAP (avec la plate-forme Hana) ou d'un Oracle. Reste l'argument de l'intégration avec Office. Selon

Hayden Stafford, Dynamics 365 a été « *construit pour Office 365 dès ses fondations* ». Afin d'offrir une expérience immersive. Au-delà des slogans marketing, ce rapprochement permet aux utilisateurs d'avoir accès à leurs actes de gestion directement depuis leur boîte mail (à condition d'utiliser Outlook évidemment). Un simple e-mail d'un client suffit à rapatrier le contexte de ce compte et d'avoir accès aux documents associés. Une promesse en matière de productivité, selon Microsoft. « *Nous permettons aux utilisateurs d'employer les outils qui leur sont familiers, comme leur boîte mail* », dit Hayden Stafford.

« *L'intégration avec les outils de collaboration débouche sur une amélioration de l'efficacité des commerciaux au quotidien, qui peuvent ainsi mettre rapidement à jour leurs opportunités commerciales ou envoyer simplement des devis* », assure Laurence Lafont, la directrice marketing et opérations de Microsoft France. A la faveur du passage à la nouvelle version du progiciel, la filiale d'Issy-les-Moulineaux s'est fixé pour objectif d'affecter ses commerciaux 4,5 jours par semaine à des tâches orientées client, du fait de l'automatisation amenée par l'outil. Même si Laurence Lafont reconnaît que cela reste un défi.

Cortana : quand l'IA suggère l'action future

Au-dessus de ce socle, Microsoft entend montrer le potentiel de l'IA, Cortana étant intégré à la suite progicielle. Les officiels de Redmond expliquent que l'outil peut servir à bâtir des profils (en récupérant toutes sortes de données sur un individu avant un rendez-vous par exemple), mais aussi à guider les commerciaux ou opérationnels dans leurs actions futures. Lors de la soirée de lancement du produit, l'éditeur a ainsi montré un scénario de recommandation à partir de l'analyse d'e-mails d'un client. « *Dynamics 365 a la capacité à évaluer la qualité d'une relation commerciale sur la base des équilibres dans les envois de mails, de la proportion des e-mails ouverts, etc. Et à proposer l'action la plus adaptée* », assure un porte-parole de l'éditeur. Au sein de Microsoft France, l'IA est déjà exploitée pour « *proposer des scénarios de ventes croisées aux équipes* », selon Laurence Lafont.

Licence light de Dynamics 365 à 5 \$

Pour l'instant, Microsoft France n'a pas encore publié la liste des prix des différentes offres qui constitueront la gamme Dynamics 365. Si on se réfère aux [pages](#) dédiées aux Etats-Unis, deux bundles seront proposées. Le premier (Business) propose le module financier, la gestion des ventes et celle du marketing. Il est commercialisé à 40 \$ par mois et par utilisateur. Le second (Entreprise) est plus complet et inclut ventes, marketing, service aux clients et gestion des salariés sur le terrain. Cette édition, qui intègre également la technologie PowerApps permettant de concevoir rapidement des applications composites, est vendue 70 \$ par mois (à partir de 500 utilisateurs). Le package grimpe à 210 dollars par mois lorsqu'on y greffe la gestion des opérations (manufacturing, logistique, commerce...).

Sur l'ensemble de ses offres, Microsoft propose surtout une licence light (appelée Team Member), facturée entre 4 et 10 \$ par mois et par utilisateur (en fonction du produit concerné et du nombre d'utilisateurs) et limitée à certains usages. Un argument intéressant dans un budget global d'équipement en progiciel, où souvent une part non négligeable des utilisateurs concernés n'a besoin que d'un accès à quelques fonctions de l'ERP ou du CRM.

A lire aussi :

[Microsoft Dynamics 365 : 50 dollars par mois et une licence light à prix cassé](#)

[CRM : Microsoft arrache HP à Salesforce](#)

[ERP : SAP domine Oracle, Infor déboulonne Microsoft Dynamics](#)