

Efficy : « Intégrer le top 5 des éditeurs CRM indépendants en France »

Après l'acquisition de Vente Partner au printemps, Efficy, éditeur belge de logiciels de gestion de la relation client, consolide sa présence dans l'Hexagone. Il ambitionne d'intégrer, à terme, le classement des cinq premiers fournisseurs indépendants de solutions CRM. Les explications de Cédric Pierrard, CEO de l'éditeur, et François Thomas, son directeur France.

Silicon.fr – Quelles sont les ressources actuelles d'Efficy ?

Cédric Pierrard – Le groupe emploie actuellement près de 110 collaborateurs. Par ailleurs, la solution CRM d'Efficy compte entre 65 000 à 70 000 utilisateurs répartis dans 2 000 entreprises dans le monde entier. Fin 2016, nous avons atteint plus de 10 millions d'euros de chiffre d'affaires. Et nous enregistrons chaque année 30 à 40% de croissance.

Avec Robert Houdart, nous avons créé Efficy en 2005 en Belgique. À l'origine, la création d'Efficy est partie de deux constatations majeures :

D'un point de vue technique, notre ambition était de créer un logiciel totalement personnalisable. Les systèmes d'alors étaient vieillissants, les mises à jour, lourdes, prenaient du temps et trop d'argent, selon nous. Notre objectif était donc de construire le CRM le plus flexible et évolutif du marché.

D'un point de vue business, un constat s'imposait : malgré la multitude d'acteurs, il n'existait pas de champion européen du CRM.

Nous avons donc pensé dès le début à l'internationalisation, en abordant les autres pays ciblés dans leur langue. Dans les grands pays, les acteurs locaux n'ont pas ce réflexe car ils ont un marché intérieur important. Ce n'est pas le cas en Belgique. Il existe des versions d'Efficy en français, néerlandais, anglais, allemand, espagnol, japonais, polonais et turc.

François Thomas – En France, Efficy a racheté eLink en 2011. Un éditeur uniquement, il ne propose donc pas de services d'implémentation. En 2014, nous avons racheté NextApplication et, en juin 2017, Vente Partner pour consolider notre présence.

Aujourd'hui, notre effectif à Paris est de 20 personnes. Nous pensons employer une trentaine de personnes fin 2018, notamment des commerciaux et consultants IT. Les fonctions support (marketing, R&D) étant centralisées au niveau du groupe.

Quel est le profil de vos principaux partenaires et clients dans l'Hexagone ?

François Thomas – Efficy privilégie le mode indirect en France. Il représente 28% de notre chiffre d'affaires (2016) et augmente de 20 à 30% par an.

Efficy compte actuellement 12 partenaires distributeurs et intégrateurs. Il s'agit d'éditeurs ou fournisseurs de solutions ERP (CRM Factory, Finopsys, Eurêka Solutions...) ou de pure players de la distribution de solutions CRM et BI (Communétic, Androcom...).

En France, nous comptons environ 200 clients qui représentent 20 à 1 000 utilisateurs chacun, dans tous les secteurs d'activités, dont l'industrie (Toutpret, Olvéa, Brodart, Delta Plus), la recherche (CEA, Inra, les instituts Carnots), les associations et fondations (Handicap International, Fondation de l'Avenir). Mais aussi l'IT, la distribution, la banque et la finance...

Quel est le positionnement d'Efficy sur un marché où s'activent des poids lourds (Salesforce, Adobe, Oracle, SAP...) et des acteurs locaux orientés PME (GRC Contact, Ines CRM, Oryanoo, You Don't Need a CRM...)?

Cédric Pierrard – Efficy est un éditeur européen suffisamment grand, pérenne et flexible, pour affronter le marché. Nous avons le dynamisme d'une startup. Ceci fait de nous un interlocuteur de choix pour les entreprises de taille intermédiaire (ETI).

Par ailleurs, au niveau fonctionnel, Efficy peut rivaliser avec les grands noms anglo-saxons du secteur (le taux de conversion est supérieur à 33% lorsque nous sommes mis en compétition). Et conserver quelques solides avantages : interface simple d'utilisation parmi les plus rapides du marché, mises à niveau aisées et incluses dans certains contrats, etc.

Nous disposons également d'un mode de commercialisation agile (direct et indirect) et d'une offre produit souple (licence ou Cloud, mode off-line, personnalisation, mobilité).

Notre solution est personnalisable et adaptable aux entreprises de toutes tailles. Les organisations en quête de croissance sont accompagnées dans leur développement. En d'autres termes, Efficy CRM s'adapte aux nouveaux besoins du client, et pas l'inverse.

Quant aux concurrents « locaux », ils se concentrent souvent sur une cible plus petite que les ETI visées par Efficy. Nous ne sommes donc généralement pas en compétition avec eux. En revanche, certains sont focalisés sur les ETI. Mais ils sont actifs sur des marchés de niche.

Outre l'acquisition de Vente Partner, quels leviers ambitionne d'actionner Efficy pour atteindre ses objectifs. À savoir : intégrer le top 5 des éditeurs CRM en France et atteindre les 3,5 millions d'euros de chiffre d'affaires ?

Cédric Pierrard – Globalement, avec la reprise de Vente Partner, Efficy voit son portefeuille de clients européens augmenter de 20% et franchir la barre des 2000 clients. L'entreprise a pour objectif de réaliser un chiffre d'affaires total de 13 millions d'euros en 2017. Et nous envisageons d'autres acquisitions pour donner forme à notre stratégie européenne.

Nous avons deux axes de développement :

L'innovation interne, tout d'abord, pour proposer une solution complète via la personnalisation du logiciel. Et de différenciation à travers des fonctionnalités telles que la gestion documentaire intégrée et la prise en compte de stratégies novatrices.

La croissance externe, ensuite. À travers l'acquisition et l'intégration d'acteurs du marché, dont des acteurs technologiques (comme Peak Me Up, technologie de gamification) ou de CRM locaux (comme Vente Partner). Une manière d'évoluer pas à pas.

François Thomas – Vente Partner est la quatrième acquisition en France, et la plus importante, à

ce jour, pour Efficacy.

Le chiffre d'affaires de l'activité d'Efficacy en France est de 2,1 millions d'euros à fin octobre 2017. Et nous pensons terminer l'année à un niveau proche des 3 millions d'euros. Pour atteindre les 3,5 millions d'euros de chiffre d'affaires fin 2018.

Et ce grâce à une stratégie de croissance mixte, à la fois organique et externe.

Lire également :

[La croissance du CRM français est forte, grâce au SaaS](#)

[Achats de logiciels : ERP, Paie et CRM, le tiers gagnant](#)