

En 2010, le CRM part à la recherche de nouveaux clients

Si le marché des solutions de gestion de la relation client (CRM) a été relativement épargné par la récession économique en 2009, ce n'est visiblement pas en 2010 qu'il décollera en Europe pour autant. Selon le Gartner, le marché du CRM progressera de 0,7 % en revenus sur l'année. Ainsi, **45 % des sondés n'envisagent pas d'investissements supplémentaires** dans les technologies CRM. En hausse de 5 % par rapport à 2008, cependant. Cette étude a été réalisée auprès de 302 décideurs informatiques lors du troisième trimestre 2009. L'enquête révèle notamment des **changements significatifs dans les priorités des utilisateurs**. Et l'acquisition de nouveaux clients s'inscrit en force en se positionnant comme objectif n° 2 pour 2010. Une priorité classée en sixième position en 2009.

Ce nouveau classement « *indique que les organisations considèrent aujourd'hui que les priorités devraient être de **trouver de nouveaux clients** au lieu de concentrer leurs efforts uniquement sur les clients existants* », déclare **Chris Pang**, analyste principal au Gartner. La **satisfaction du client** monte également en considération et se place en première position (deuxième en 2009). La **vente de services associés** et produits supplémentaires tombe, elle, à la troisième position.

Le cabinet approfondira ses analyses lors de la présentation de l'étude à l'occasion du Gartner Customer Relationship Management Summit 2010 les 16 et 17 mars à Londres.