

Eric Duffaut (SAP): « Les PME/PMI apportent une dynamique essentielle à SAP



Positionnement des offres SAP sur ce segment, partenaires, stratégies et avancées... **Éric Duffaut**, directeur général PME/PMI, du réseau et des ventes chez SAP, explique pourquoi et comment le Cloud est devenu un axe stratégique majeur pour SAP.

Que représentent les PME/PMI pour SAP? Quelques chiffres?

Le marché est de retour, mais nous restons prudents dans cette conjoncture économique compliquée. Dans une période de crise, les PME/PMI devraient logiquement être les plus touchées. Toutefois, depuis le début de l'année ce segment enregistre une croissance 1,5 fois supérieure aux autres segments chez SAP. Les PME/PMI apportent une dynamique essentielle à SAP. Ainsi, elles incarnent un moteur d'acquisition conséquent de nouveaux clients, malgré une forte segmentation de ce marché.

Sur 97.000 entreprises clientes, 77% enregistrent un chiffre d'affaires de moins d'un milliard de dollars (soit 75.000). Et parmi ces dernières, 90% réalisent moins de 350 millions d'euros de chiffre d'affaires. SAP a multiplié le nombre de ces clients PME/PMI par trois en trois ans. Des résultats essentiels en ligne avec notre stratégie. En effet, ces entreprises jouent un rôle moteur d'innovation, car elles exigent des solutions packagées, faciles à déployer et à utiliser. Et avec la crise, même les grandes entreprises réclament des solutions *short time to value* (apportant rapidement de la valeur aux métiers, sans entrer dans des cycles de projets interminables). C'est pourquoi nous déployons un maximum de *best-practices* afin d'accélérer la mise en production et d'augmenter le coût total de possession (TCO). D'ailleurs, SAP recrute en moyenne 25 nouveaux clients par jour dans le monde.

Comment s'articule l'offre entre Cloud et logiciels? N'a-t-il pas trop de chevauchements?



L'étendard On Demand pour SAP s'appelle Business ByDesign. Positionné différemment des offres traditionnelles sur le marché, il nécessite une relation de proximité. Néanmoins, la relation avec les partenaires se transforme également.

SAP enregistre une croissance solide auprès des PME (Business One, All-In-One et Business Objects) sur tous les continents. Signe que ce marché répond favorablement à nos efforts d'innovation. On pourrait penser que des recouvrements risquent de brouiller la lisibilité de l'offre. Ainsi – globalement – Business One s'adresse plutôt aux entreprises de 10 à 100 employés tandis que Business ByDesign cible celles employant de 15 à 500 personnes. D'ailleurs, cette segmentation semble recouvrir aussi la cible d'All-In-One. Néanmoins, il n'en est rien. En effet, ces produits de natures différentes ('on-permise' ou 'on-demand') répondent à des besoins différents qui reflètent la diversité des PME/PMI. En effet, une société bien établie optera plutôt pour une offre traditionnelle (Business One ou All-In-One) tandis qu'une jeune entreprise ira plus naturellement vers une offre SaaS. Cette dernière recherchera la flexibilité et la possibilité d'accompagner sa croissance, sans investir dans une infrastructure informatique. Et elle sera assurée de pouvoir évoluer vers une solution traditionnelle si nécessaire. Ces trois offres reflètent donc bien la réalité de ce marché.

Pourquoi n'avez-vous conquis qu'une centaine de clients Business ByDesign?

Le SaaS est un modèle totalement nouveau pour SAP. Certes, nous avons acquis une centaine de clients en trois ans, sans chercher à étendre ce portefeuille. Mais nous avons surtout beaucoup appris de nos développements et de nos erreurs. Désormais, nous bâtissons un nouveau modèle SaaS rentable pour SAP, mais avec des logiques différentes des offres classiques: multitenant (voire single tenant), revenus récurrents, marché de masse.... Et Business ByDesign n'est pas seulement un ensemble de fonctions applicatives, mais sera aussi une plate-forme de développement sur laquelle les partenaires pourront concevoir des solutions et les revendre.

Il faut reconnaître que nous n'étions pas prêts lorsque nous avons lancé Business ByDesign en 2007. Et le marché non plus. D'ailleurs, les modèles évoluent. Ainsi, si les partenaires ne gagnent plus d'argent sur le déploiement, ils n'en subissent pas non plus les risques. En revanche, la personnalisation et une réelle valeur ajoutée deviennent rémunératrices sous forme de revenus récurrents.

Pouvez-vous préciser en quoi Business ByDesign est single-tenant? Que devient le multitenant?

En fait, notre plate-forme est clairement multitenant (le même et unique logiciel pour tous les clients, avec chacun son instance). Toutefois, il est possible pour un revendeur ou une entreprise de disposer d'un ensemble de ressources matérielles dédiées sur lesquelles s'exécutent les instances correspondant à ses abonnements, mais toujours sur la plate-forme SAP. C'est ce type de 'package' que nous avons baptisé 'single tenant'. Mais notre plate-forme n'a pas vocation à être installée ailleurs que dans notre propre infrastructure. Business ByDesign est clairement multitenant depuis la version 2.0.

Quels arguments vont motiver vos commerciaux et vos partenaires?

Jusqu'à présent, une équipe dédiée était en charge de la commercialisation SaaS. Dès juillet, tout le monde sera concerné chez SAP, et évalué sur ses résultats Business ByDesign. Nous verrons comment le marché répond à notre offre. Toutefois, notre investissement très conséquent prouve combien nous croyons au développement des offres SaaS et Cloud.

Puis, l'ouverture de la plate-forme au développement par les partenaires (sous forme de Software Development Kit) devrait donner un coup d'accélérateur à l'acquisition de nouveaux clients. Nos partenaires seront commissionnés sur les abonnements récurrents, et plus avantageusement pour la première année d'abonnement de chaque client. Enfin, des modèles complémentaires très incitatifs pour les partenaires seront annoncés dans les mois à venir.