

ERP, CRM: Salesforce.com réagit à l'annonce 'BBD' de SAP

SAP a lancé son offre **BBD (Business By Design)**, ERP à la demande ou SaaS (*Software as a Service*). L'éditeur adapte ainsi son offre destinée aux PME (anciennement appelée A1S) à un nouveau modèle qui surfe sur la vague du 'on demand' (cf. nos articles).

Ce nouveau positionnement de SAP n'a pas échappé au médiatique fondateur de Salesforce.com, qui se définit comme « *le leader mondial de la gestion de la relation client (CRM) en ligne* ».

« *SAP est confronté au dilemme de l'innovateur. Ils essaient de limiter l'impact de l'offre à la demande en termes de taille de client ciblé et en utilisant des systèmes 'single tenant'. Ils espèrent ainsi pouvoir revendre des solutions plus tard* », a-t-il affirmé.

« *La bonne stratégie consistant à adopter pleinement la technologie et le modèle économique à la demande, et non simplement des parties de ce modèle comme le fait SAP, leur stratégie actuelle est vouée à l'échec. Leur seul espoir est de la changer !* »

Marc Benioff fustige l'approche de SAP qui consiste à associer une application à un utilisateur (*single tenant*), là où la stratégie de Salesforce.com consiste à disposer d'un socle applicatif commun et unique pour l'ensemble des utilisateurs (*multi tenant*).

Spécialiste du modèle SaaS depuis 9 ans (qui se confond parfois avec la position d'ASP, *Application service provider*), Salesforce.com revendique le modèle 'à la demande', sur lequel il devrait prochainement dépasser le milliard de dollars.

Ce modèle d'un point de vue économique repose sur la fidélité du client abonné ; il s'oppose au modèle traditionnel des grands éditeurs. Mais ceux-ci sont confrontés au besoin impérieux de maintenir leur rythme de progression, et donc de trouver de nouveaux relais de croissance auprès des PME (cf. notre dossier ERP).

Pour Marc Bedioff, la démarche 'à la demande' prend une tournure quasi '*philosophique*' : démarche collaborative, adoption du Web 2.0, ouverture du code, fidélisation du client... Des mots, des attitudes, qui passent encore difficilement s'agissant de Microsoft, Oracle ou SAP...

Bref, force est de reconnaître que la stratégie de SAP, qui sera bientôt rejoint par Microsoft, bouleverse la donne. Comment réussir à devenir des champions de l'hébergement d'applications et de services?