

Le bond des profits de Salesforce.com : merci Google

Marc Benioff, le patron et fondateur de Salesforce.com, le service de CRM (*gestion de la relation client*) en ligne, n'a pas manqué de souligner le record enregistré par sa société, 3.000 nouvelles entreprises payantes enregistrées au cours du dernier trimestre.

Ce chiffre porte le nombre de ses clients payants à 35.300, soit plus de 800.000 utilisateurs, un chiffre en progression de 60 % d'une année sur l'autre.

Et les résultats financiers suivent. Oublié le trimestre 2007 équivalent qui avait affiché une perte. Pour ce trimestre, Salesforce.com confirme une nouvelle fois la pertinence de son modèle, et profitant du bond de ses clients publie un chiffre d'affaires en progression de 49 % à 176,6 millions de dollars.

Le bénéfice net pointe très nettement dans le vert, à 3,74 millions de dollars, pour un BPA (*bénéfice par action*) de 3 cents. Le consensus des analystes était proche des prévisions de la société, de 1 cent en BPA pour un chiffre d'affaires de 173 millions, les résultats de Salesforce.com sont donc nettement supérieurs aux attentes !

De l'avis même de Marc Benioff, cette progression des résultats provient en partie des partenariats établis par Salesforce.com, et en particulier de Google.

Annoncé en juin dernier, l'accord passé entre l'éditeur, tenant du '*No Software*', et le moteur de recherche partisan du tout en ligne offre aux clients CRM un accès direct à la gestion des publicités de Google. Pour ce dernier, Salesforce.com devient un nouveau canal de distribution de ses *Google Adwords*, tandis que l'éditeur y trouve un nouvel outil pour séduire plus particulièrement les PME.

Il ne faut cependant pas réduire l'apport de la dynamique partenariale de Salesforce.com au seul Google. L'ouverture récente d'Apexchance et de ses SaaS (*Software as a Service*) proposés par les éditeurs et entreprises partenaires de Salesforce.com devraient également booster les résultats de l'éditeur au cours des trimestres à venir.