

Les CRM restent au cœur des investissements en 2012

Une nouvelle étude d'IDC fait le point sur le marché du CRM (*Customer Relationship Management* pour Gestion de la relation client) dans l'Hexagone. Ce dernier devrait connaître une croissance de 5,9 % en 2012, contre 8,9 % en 2011. Une baisse importante, certes, mais une valeur qui demeure rassurante au vu de la dégradation de la situation économique. La croissance moyenne du marché entre 2011 et 2015 s'établira à environ de 6,7 %.

« Le marché du CRM ne souffre que très modérément en cette période de stagnation de l'économie, explique **Cyril Meunier**, consulting manager IDC France. Cela s'explique d'abord par le rôle important que peuvent jouer les logiciels de CRM, et notamment leurs fonctionnalités analytiques : compréhension et anticipation des comportements des clients, affinement du ciblage des campagnes, intensification des interactions avec ses clients existants pour les fidéliser et en tirer les revenus les plus élevés possible. »

Un outil précieux en période de crise

Comme souvent, c'est l'aspect économique qui l'emporte. En optimisant l'exploitation de la base client, les outils de CRM sont des 'maximisateurs' de chiffre d'affaires, et donc des outils très appréciés des entreprises... surtout en temps de crise.

Ainsi, environ 20 % des entreprises vont investir en 2012 dans des applications de gestion des ventes et de service client. Les outils d'analyse restent les plus demandés. L'accès en mobilité est devenu un critère important pour deux tiers des entreprises. Enfin, plus de la moitié des sociétés envisagent également l'adoption de solutions en mode SaaS.

