

Loïc Le Guisquet, Oracle CRM : 'La réponse la plus pertinente?'

Que signifie votre approche CRM ?Sense & Respons? plutôt que ?Create & Sell? ? Bien sûr, il faut continuer à créer et à vendre. Néanmoins, ces processus ne constituent pas une approche suffisante pour une relation client efficace. C'est ici qu'intervient le ?Sense & Respons?. La logique consiste à obtenir un maximum d'information sur le client et sur ses modes de consommation, si possible en temps réel, pour proposer une offre qui réponde au mieux à ses attentes. Puis, l'entreprise 'boucle' sur ces deux processus. C'est également une façon de donner la priorité à la fidélisation des clients. Les diverses études montrent que les leaders en fidélisation des clients affichent des résultats de 50 à 100 % supérieurs à la moyenne de leur secteur ! **Comment votre stratégie produits s'inscrit-elle dans ces processus ?** Capturer les précieuses informations sur le client n'est pas une tâche aisée. En effet, elles sont souvent détenues dans plusieurs bases de données et applications, qui ne communiquent pas forcément entre elles. Ici, nous proposons Oracle Customer data Hub ou Oracle Database, qui s'appuient sur notre middleware pour fournir une vision à 360 degrés du client. Par ailleurs, il faut aussi obtenir des informations sur l'historique du client, comme le suivi des relations, un changement d'adresse ou de situation familiale? L'entreprise transforme alors cette masse d'information en connaissance et l'utilise pour agir en conséquence. Et cette réponse elle-même peut intervenir via divers canaux à différents moments. L'objectif est de proposer la réponse la plus pertinente, via le bon canal et au moment le plus opportun. Nos solutions Oracle CRM adressent ces deux derniers points. Enfin, il est indispensable de mesurer non seulement le retour sur investissement ou la productivité, mais aussi l'impact de ces actions sur le client. En la matière, Siebel Analytics se montre très performant, et nous proposons un dispositif complet avec Oracle BAM (*Business Activity Monitoring*). **Nous savons ce que vous apporte Siebel, mais quels sont les apports d'Oracle à ces produits ?** Je citerai deux exemples très marquants, parmi d'autres. En termes de support, Oracle apporte une solution '5 étoiles', contre celle '3 étoiles' apportée auparavant par Siebel. Cela s'explique par notre infrastructure mondiale et éprouvée, et notre savoir-faire dans la gestion de tous les types de supports. Nous apportons également des points d'intégration entre tous les produits Oracle. En effet, les clients des autres solutions de la famille Oracle CRM sont équipés à 80 % d'autres produits Oracle. Ces points d'intégration leur feront gagner du temps pour relier leurs applications entre elles et diminueront les temps de développements. **Quels modes de vente privilégiez-vous pour les logiciels ?** Quatre possibilités s'offrent aujourd'hui à une entreprise. La première, en voie de disparition, consiste à développer une application CRM sur mesure. Ensuite, la solution packagée classique consiste à paramétrer un logiciel. Autre possibilité, développée avec succès par Siebel, l'hébergement multiclents [mutualisés] pour un forfait locatif mensuel. Ce dernier présente des limites fonctionnelles, car le même moteur logiciel est utilisé par tous. En revanche, il offre une solution bon marché répondant à une partie de la demande. Nous pensons qu'une solution mixant les deux dernières apporterait plus de souplesse. Enfin, les solutions '*Software as a Service*', où un prestataire adapte un logiciel CRM hébergé (non mutualisé) aux besoins de son client, semblent promises à un bel avenir.