

Microsoft Dynamics CRM Online montre les dents à Salesforce et Oracle

Steve Ballmer a annoncé en grande pompe, ce lundi 17 janvier, la disponibilité de **Microsoft Dynamics CRM Online 2011**. C'est la **version Cloud** de son logiciel de relation client. Rappel : la gamme Dynamics regroupe les offres **ERP et CRM** chez Microsoft. L'éditeur marque le coup, en lançant l'offre Cloud avant les nouvelles versions logicielles et hébergées de Dynamics CRM 2011, lesquelles arriveront le 28 février (cf. la pré-annonce en septembre 2010 '[Microsoft lance la version bêta de Dynamics CRM 2011](#)').

« Nous opérons nos propres datacenters Microsoft pour le Cloud, situés en Amérique du Nord, en Europe et dans la zone Asie-Pacifique, » souligne Bill Patterson, directeur mondial Dynamics CRM Online chez Microsoft. Il anticipe ainsi les objections portant sur l'externalisation des données aux États-Unis. Fidèle à son approche '*software+services*', Microsoft assure une compatibilité à 100 % du code de ces trois versions CRM 2011.

Une couverture complète des fonctions CRM

Dynamics CRM Online 2011 propose quatre modules, dont trois pour les fonctions classiques de la relation client :

- ventes : automatisation des forces de ventes (planification, prospect, comptes, gestion des opportunités, workflow dynamique...)
- service Clients : gestion des comptes collaborative avec documentation contextualisée, contrats, planification, base de connaissances avec référentiel...
- marketing : imports/exports de données avec règles de mappage, nettoyage des informations, segmentation en langage naturel, planification exécution et suivi des campagnes, gestion des retours, suivi des prospects...

Et pour tous ces modules, on retrouve: la mise en place de workflows dynamiques, une documentation contextuelle, des fonctions de reporting et d'analyse en temps réel, une mobilité intégrée...

Par ailleurs, le module "**CRM Etendue**" propose la personnalisation rapide, l'intégration et la gestion d'extensions (*plug-ins* et applications tierces), la création de règles/processus/workflows, et l'accès aux solutions des partenaires via le portail Dynamics Marketplace.

Via Outlook ou un simple navigateur

Proposé via le client Outlook, un navigateur Internet et sur smartphone, « **CRM Online 2011** utilise le concept **RoleTailored** fondant l'accès sur des profils personnalisés ne correspondant pas forcément à la hiérarchie de l'entreprise. En effet, les cycles commerciaux ou marketing nécessitent souvent une organisation et des rôles spécifiques » rapporte Sophie Jacquet. Évidemment, les profils d'un annuaire Active Directory ou LDAP peuvent être utilisés. « L'utilisation de **Silverlight** n'est pas obligatoire pour l'accès via le navigateur. Cependant, en utilisant Silverlight l'entreprise peut accéder à plus de valeur ajoutée et personnaliser bien plus sa solution, » fait remarquer Bill Patterson.

Décisionnel et collaboration

La solution Cloud intègre aussi une forte dimension décisionnelle, avec des tableaux de bord en

temps réel pour proposer la dernière information à jour. **CRM Online** utilise les moteurs analytiques et de reporting de **SQL Azure SQL**.

Et surtout, CRM Online bénéficie pleinement de l'**intégration étroite** entre le **Cloud Windows Azure et SharePoint Online** pour proposer de la contextualisation. « *SharePoint Online apporte la collaboration, l'accès instantané à toute information de l'entreprise et la possibilité de proposer des documents contextuels. Avec **Microsoft Lync Online**, chaque utilisateur peut connaître l'état de présence de ses interlocuteurs, et initier une communication multimodale. Et Office Web Apps permet la création de contenus en mode partagé, avec possibilité de consultation simultanée à plusieurs. Tout cela incarne bien le but ultime d'une solution de CRM : plus de productivité et la possibilité de capitaliser au maximum sur toute opportunité,* » affirme Bill Patterson.

Enfin, l'éditeur en profite pour lancer sa nouvelle place de marché Microsoft Dynamics Marketplace. Ainsi, les partenaires peuvent développer et revendre les solutions et personnalisations développées en mode Cloud autour des solutions Dynamics Online.

Tarifification et politique concurrentielle agressives

Tout est mis en œuvre pour réussir le lancement de cette offre désormais disponible dans 40 pays et en quarante langues. Au-delà d'une offre d'essai gratuite, un prix de lancement est promu à **34 dollars** (31 euros) par utilisateur et par mois sur les premiers douze mois, si l'abonnement est souscrit avant le 30 juin 2011. Ensuite, le prix restera raisonnable, à 44 dollars (40,25 euros) par utilisateur et par mois.

« *Pour des offres équivalentes, le prix du marché est généralement aux alentours de 125 à 150 dollars,*» précise Bill Patterson. « *Et nous ne demandons ni de pack d'entrée, ni de minimum d'utilisateurs,* » ajoute Sophie Jacquet, chef de produit Dynamics CRM France chez Microsoft.

Microsoft annonce déjà 11 500 clients dans le monde et 2000 partenaires (400 en France) ayant participé au bêta-programme Dynamics CRM 2001 lancé en septembre 2011.

Pour se positionner clairement, Microsoft offre **jusqu'à 200 dollars par utilisateur** (jusqu'au 30 juin) à toute entreprise désireuse de migrer depuis Salesforce.com ou Oracle vers Dynamics CRM Online.

La hache de guerre est bien déterrée ! Mais a-t-elle jamais été enterrée ?