

Salesforce choisit Azure pour héberger son cloud marketing

Les liens se resserrent entre Salesforce et Microsoft.

Le premier a [choisi le cloud du second](#) pour héberger ses logiciels marketing.

Les deux groupes étendent là* un partenariat [officialisé en mai 2014](#).

Les premiers travaux s'étaient portés sur l'interopérabilité avec Office 365. Ils s'étaient traduits, entre autres, par le lancement d'une app Salesforce pour Outlook et par des connexions avec Power BI.

Une première extension était intervenue [en septembre 2015](#). OneNote, Skype for Business, l'Office Graph et Windows 10 Mobile en étaient quelques-uns des points-clés.

AWS reste en pole

Le fournisseur cloud « privilégié » de Salesforce reste AWS.

Le « deal fondateur », valorisé à 400 millions de dollars, avait été [annoncé en mai 2016](#).

Salesforce hébergeait alors déjà une partie de son catalogue sur le cloud d'Amazon. Notamment Heroku, IoT Cloud... et Social Studio, une composante de Marketing Cloud.

Au-delà de l'hébergement, Salesforce a [établi des jonctions](#) avec plusieurs services AWS. Par exemple PrivateLink (réseau privé), Lambda (automatisation) et Connect (*call center*).

** Salesforce s'engage aussi à monter, pour fin 2020, des passerelles avec Teams, pour ses offres Sales Cloud et Service Cloud.*

Photo d'illustration © Salesforce