

SAP (re)met le cap sur le CRM avec C/4HANA

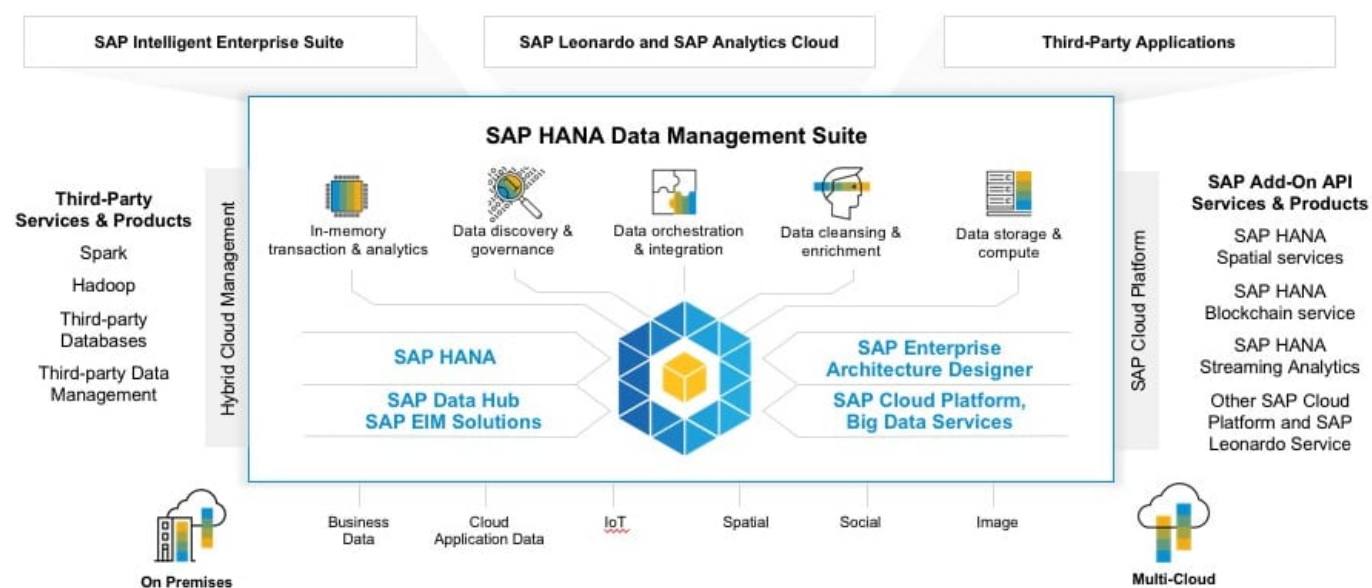
SAP a [annoncé](#) ce 5 juin 2018 un nouveau cap dans sa stratégie CRM lors de la plénière d'ouverture de sa conférence Sapphire. L'éditeur allemand supprime la marque « SAP Hybris » au profit de « SAP Customer Experience » et regroupe toutes ses fonctions *front-office* dans une nouvelle offre C/4HANA.

C/4HANA associe cinq briques : commerce, marketing, ventes (avec les technologies de CallidusCloud, [acquis en début d'année](#) pour 2,3 milliards \$), service client et protection des données du consommateur (via [l'acquisition de Gigya](#) pour 350 millions \$).

Son intégration avec le portefeuille d'applications de l'ERP [S/4HANA](#) est un argument pour affronter le leader Salesforce qui, selon IDC, contrôle 19,6 % du marché mondial du CRM, contre 6,5 % pour SAP.

La conférence Sapphire a été l'occasion d'annoncer une autre acquisition qui viendra renforcer C/4HANA : la plate-forme de gestion des interventions terrain de [Coresystems](#), qui sera intégrée dans SAP Service Cloud.

Le CRM est complété par une solution « [Data Management Suite](#) » destinée à l'orchestration de données distribuées en environnements *multicloud*. Elle s'appuie sur les dernières versions de SAP HANA, SAP Data Hub, SAP Big Data Services et de l'application web SAP Enterprise Architecture Designer.



En mars dernier, SAP avait stoppé sa solution SAP Anywhere., une suite d'outils de gestion pour petites entreprises et commerces en mode cloud. Deux ans après son lancement, elle n'avait pas

séduit plus de 30 clients en dépit de ses fonctionnalités de relation clients, de ventes, de gestion des commandes, des stocks et des inventaires.

(Crédit photo : © SAP SE)