

# SAPPHIRE 2013 : SAP investit le sport vedette avec la NBA

*Orlando* – Le sport, pour ceux qui en doutaient encore, est aussi « *an industry* » – disons, pour le moins, un secteur d'activité... qui brasse des millions -cela on le sait déjà, s'agissant des sports vedettes comme le foot, le rugby ou le basket...

SAP profite ainsi de sa convention SAPPHIRE ici en Floride pour annoncer la signature d'un accord avec la célèbre équipe américaine NBA (National Basket Association) et San Francisco – autour d'une nouvelle solution sectorielle. C'est **Bill McDermott** en personne, le co-CEO de SAP, qui vient d'en faire l'annonce.

Pour une grande part, cette solution dédiée au domaine du sport régit l'interactivité entre les fans d'un club, ses sponsors, les médias et les différentes directions du club, et cela notamment via les réseaux sociaux ou même grâce à des « t-shirts intelligents »...

## Une solution métier à part entière

La réponse apportée par SAP repose, on l'a compris, sur l'analyse des données, la BI, sur le moteur SAP HANA, sur des solutions de mobilité, sur du CRM touchant à la billetterie par exemple, et même du cloud computing. Au catalogue SAP, c'est une solution métier à part entière, la 25e très précisément.

*«Pourquoi les équipes ne connaîtraient-elles pas mieux leurs fans ?, interroge Bill McDermott. Ils sont, pour la grande majorité, très consommateurs de nouvelles technologies. Chacun d'eux a une « expérience » qui débute lorsqu'il fait sa réservation de billets, souvent sur smartphone, ou vient consommer lors des rencontres ou participer aux célébrations de son club favori.»*

Et **Jed York**, président de la SF 49ers ajoute: *«Il est intéressant de mieux connaître nos fans. En tant que managers de l'équipe, nous devons prendre les meilleures décisions souvent dans un laps de temps très court. Et cela concerne aussi notre réputation.»*

## Ressources humaines, formation et recrutement

La solution proposée vise aussi les ressources humaines, la formation et le recrutement. La gestion des équipes va être assurée par SuccessFactors (acquise par SAP il y a deux ans). Le but du... jeu est également de renforcer les liens avec les supporters. **Adam Argent**, un des dirigeants de la NBA explique: *«Grâce à une analyse perspicace des informations sur les tournois et les scores des joueurs, nous pouvons encore améliorer la relation avec nos fans, qui peuvent consulter l'historique des matchs et ceux en cours.»*

La solution intéresse également le business des fabricants d'articles de sport, comme Armour, qui utilise déjà SAP depuis plusieurs années. Ce dernier a démarré ses activités en 1996, telle une start-up, pour devenir aujourd'hui un groupe qui atteint le milliard de dollars!

A noter que SAP compte déjà comme clients diverses organisations sportives ou apparentées, telles que le Cirque du Soleil ou Lionsgate, ou encore l'association Silicon Valley Sports & Entertainment. Lors du salon CeBIT de mars dernier, SAP avait également annoncé un partenariat technologique officiel avec la Fédération allemande de football, qui utilise, outre une solution de CRM, le moteur HANA.

La nouvelle solution 'métier' présentée ici repose, entre autres, sur le savoir-faire d'une société allemande acquise récemment par SAP, spécialisée dans le CRM appliqué à la billetterie sur Web.

---

*Source: traduction d'un article de Martin Schindler (Silicon.de)*