



Dossier de presse

Sage CRM Solutions

Contacts presse

Agence 3d Communication :

Nicolas CELIC

ncelic@3dcommunication.fr

Tél. : 01 46 05 87 87

Sage :

Anabelle OLIVEIRA

anabelle.oliveira@sage.com

Tél. : 01 41 66 26 89

SOMMAIRE

	Page
I – L’entreprise	3
II – Sage CRM Solutions	4
<u>1. L’ambition de Sage sur le marché du CRM en France</u>	<u>4</u>
<u>2. Le marché du CRM en France</u>	<u>4</u>
<u>3. La stratégie de Sage sur le marché du CRM</u>	<u>6</u>
III – Panorama des produits	9
<u>1. ACT!</u>	<u>9</u>
<u>2. Sage CRM</u>	<u>10</u>
<u>3. Sage SalesLogix</u>	<u>11</u>
IV - Les Experts Sage CRM Solutions	12

I – L'entreprise

Groupe international présent dans 26 pays sur les 5 continents, Sage conçoit, édite et commercialise des logiciels de gestion et des services associés pour les entreprises, les artisans, commerçants, créateurs d'entreprises, professions libérales et experts comptables.

Les solutions Sage couvrent l'ensemble des besoins fonctionnels des entreprises : gestion comptable et financière, paie et ressources humaines, gestion commerciale et commerce électronique, gestion de la production, gestion de la relation clients (CRM). Elles intègrent également des outils de pilotage qui offrent aux décideurs de l'entreprise un accès à l'information. Sage équipe également, par des offres dédiées, les entreprises pour la gestion de leurs processus métier.

Sage est le troisième éditeur mondial de logiciels de gestion en chiffre d'affaires et le deuxième éditeur européen de logiciels. (1)

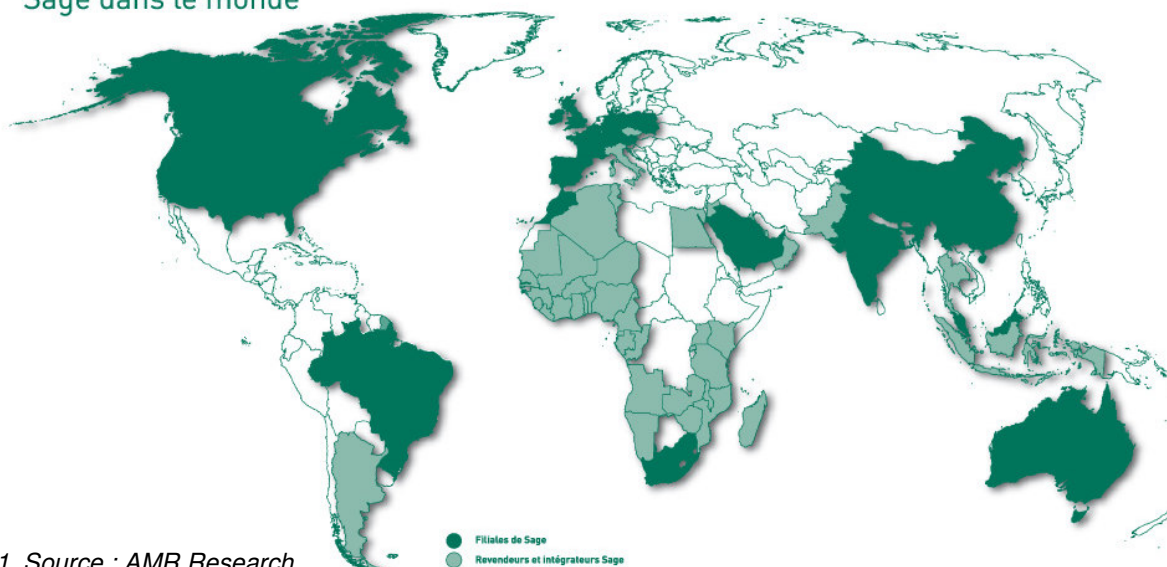
En France, la marque Sage a été lancée en 1997. Elle est commercialisée en direct et en indirect via un réseau de partenaires revendeurs intégrateurs présents sur toute la France et à l'export francophone.

Sage en chiffres

Dans le monde : 5,8 millions d'entreprises clientes, 1 696 millions d'Euros de chiffre d'affaires, 30 000 partenaires revendeurs et intégrateurs, 14 500 employés.

En France : 550 000 entreprise clientes, 306 millions d'Euros de chiffre d'affaires, 3 500 partenaires revendeurs et intégrateurs, 2 500 salariés. (2)

Sage dans le monde



1. Source : AMR Research.
2. Chiffres 2008

II – Sage CRM Solutions

1. L'ambition de Sage sur le marché du CRM en France

Avec 13 500 clients pour 93 000 utilisateurs en France, Sage occupe une position de leader sur ce marché. L'ambition de Sage est d'accroître son parc clients de près de +50% à horizon 2010.

2. Le marché du CRM en France

L'amélioration de la performance commerciale passe par une meilleure gestion des contacts clients, un suivi régulier et précis, ainsi que des outils de pilotage d'activité.

Les outils de Gestion de la Relation Client permettent d'automatiser les processus, de regrouper les données clients dans une base unique afin d'accroître la productivité commerciale, d'améliorer la connaissance des besoins clients et de promouvoir une politique de services appropriée.

Sage CRM Solutions conçoit, édite et commercialise des solutions logicielles de Gestion de la Relation Clients (GRC, ou Customer Relationship Management, CRM) ainsi que des services associés pour permettre aux entreprises d'optimiser la gestion de la relation client.

o Etat des lieux

Le marché du CRM en France est encore essentiellement un marché de premier équipement. A ce jour, près de 63% des entreprises de plus de 10 salariés ne disposent toujours pas d'outil pour gérer leur relation client (1).

Le marché du CRM dispose donc d'un potentiel de croissance important : elle est estimée à 7% pour l'année 2008 (1).

Les besoins essentiels des entreprises sont, par ordre d'importance :

1. la gestion des contacts et des clients
2. l'optimisation du Service client
3. la gestion de l'activité commerciale
4. le pilotage d'activité à travers des tableaux de bord

A ce jour, le marché des éditeurs proposant des solutions de Gestion de la Relation Client est encore assez atomisé.

Avec 13 500 clients pour 93 000 utilisateurs en France, Sage occupe une position de leader sur ce marché. Ce leadership s'illustre par la notoriété de l'éditeur, puisque près de 31 % des entreprises citent spontanément Sage comme acteur du CRM (le 2ème acteur n'atteignant que 3% de notoriété spontanée)(1).

(1) source : IPSOS 2009 (périmètre de l'enquête : 847 sociétés françaises de plus de 10 salariés)

- **Des besoins bien identifiés**

Sur le marché français, deux types de besoins sont identifiés :

- **Les besoins standards** engendrés par des interactions clients-entreprises simples et ne requérant pas une approche par processus. Essentiellement rencontrés dans les PME, ces besoins sont principalement liés à une problématique de productivité qui nécessite une intégration forte de l'outil CRM avec le système de gestion de l'entreprise et un mode de déploiement simple. Ces besoins se déclinent en trois principaux domaines :

- **La gestion des forces de vente :**

- L'organisation de l'activité commerciale au quotidien, l'accès rapide aux informations clients, le suivi du portefeuille d'affaires, l'analyse de l'activité commerciale en temps réel...

- **Le service Client :**

- L'amélioration de la qualité de service, de structurer et d'automatiser le service clients, et la volonté de faire évoluer le Service Client en Centre de Profit.

- **La gestion des campagnes marketing**

- La gestion, le suivi et l'analyse des campagnes marketing.

- **Les besoins spécifiques** du fait d'interactions clients-entreprises complexes et faisant appel à des processus métiers particuliers selon le secteur d'activité. Cette approche requiert une expertise métier forte, une capacité de personnalisation voire de verticalisation de l'outil CRM ainsi qu'un déploiement en mode projet.

3. La stratégie de Sage sur le marché du CRM :

A. Les facteurs clés de succès

o L'expertise métier :

Les principaux utilisateurs de l'outil CRM dépendent essentiellement des fonctions marketing, commerciales et services, différentes des fonctions de gestion traditionnelles. Par conséquent, le déploiement des projets CRM requiert une expertise particulière dans l'approche et l'appréhension des besoins des utilisateurs.

Afin de répondre à cette problématique, Sage a créé en 2007 une organisation transversale dédiée à son activité CRM : la division Sage CRM Solutions. Avec 60 experts de la gestion de la relation client, la division Sage CRM Solutions dispose de l'équipe d'experts la plus importante en France organisée autour de trois missions principales :

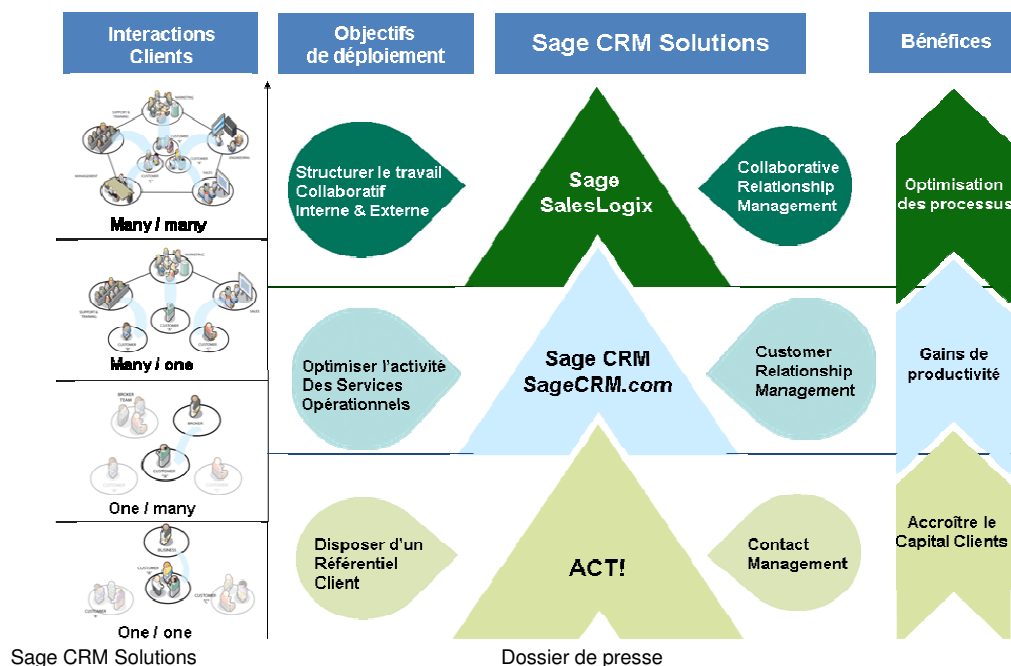
- Commercial
- Marketing
- Consulting et services

En raison de la diversité de taille et des secteurs d'activité des entreprises concernées, la division Sage CRM Solutions s'appuie sur l'expertise marché des autres divisions de Sage. Cette proximité avec le marché constitue un facteur clé de la compréhension des enjeux des entreprises françaises et la garantie d'une offre CRM en adéquation avec leurs besoins.

o Une offre produits qui couvre l'ensemble des besoins du marché :

Sur le marché du CRM, l'approche monolithique du produit unique ne suffit pas pour répondre à l'ensemble des problématiques marché et au contexte particulier de chaque entreprise : un produit ne vise pas une entreprise selon sa taille mais selon l'usage qu'elle souhaite en faire et les moyens dont elle dispose.

A travers sa gamme Sage CRM Solutions, Sage propose des solutions de gestion de la relation clients pour les PE, PME et MGE, selon une approche différenciée en fonction du niveau de complexité de leurs processus métiers et du mode de déploiement envisagé (licence, Saas).



Certains secteurs d'activité requièrent une réponse dédiée. Pour cette raison, Sage propose également des versions verticalisées de ses offres de gestion de la Relation Client dans différents domaines, notamment :

- L'immobilier
- Les revendeurs Informatiques
- La Grande Distribution
- L'agriculture
- Etc...

- **L'intégration au Système d'information et au système de gestion:**

Les PME sont particulièrement sensibles à leurs besoins opérationnels et aux moyens d'y répondre. Afin de gagner en efficacité, elles choisissent de déployer un outil de Gestion de la Relation Client, à condition que ce dernier ait été conçu comme une extension naturelle de leur système de gestion. La recherche de productivité des PME interdit donc tout outil CRM isolé de la comptabilité et de la facturation.

C'est pourquoi Sage, grâce à Sage CRM, propose une solution totalement intégrée à Sage 100, l'offre de gestion intégrée plébiscitée par les PME françaises. Cette intégration standard est fondée sur une approche de type SOA et propose un lien naturel et temps réel entre les deux offres.

- **La stratégie commerciale**

Le modèle de vente multi canal de Sage (vente directe et indirecte) garantit la proximité et l'accompagnement de Sage vis-à-vis de ses clients : il permet de conjuguer la présence directe des experts de Sage auprès des grandes entreprises et la fourniture de solutions personnalisées aux petites et moyennes entreprises via la présence de partenaires revendeurs et intégrateurs sur tout le territoire.

B. La stratégie produits à horizon 2010

La stratégie de développement de l'offre Sage CRM Solutions à horizon 2010 est fondée sur trois axes majeurs :

1. l'interopérabilité applicative
2. l'usage et l'accessibilité utilisateur
3. l'intégration avec les systèmes de gestion

L'interopérabilité applicative permet de développer et d'utiliser des composants communs entre les trois offres (ACT!, Sage CRM, Sage SalesLogix) afin de faciliter la prise en main et les montées en compétence des revendeurs Sage, mais aussi de simplifier les migrations clients.

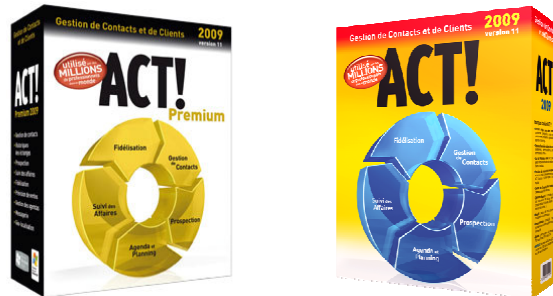
L'usage et l'accessibilité utilisateur va faciliter l'accès aux données quel que soit le contexte de l'utilisateur (sur site / hors site) et l'infrastructure informatique de l'entreprise. En utilisant les nouvelles technologies (flux RSS, Web 2.0), Sage propose ainsi aux utilisateurs une interface de travail unique regroupant l'ensemble des informations internes et externes utiles à leur activité qui facilite l'usage de leur CRM.

L'intégration avec les systèmes de gestion permet de proposer des services d'intégration basés sur des outils de type SOA afin d'interconnecter les offres CRM de Sage avec les applications de gestion autres que Sage.

III – Panorama des produits

1. Act!

Le logiciel pour gérer ses contacts, prospecter et fidéliser



ACT! est un outil de gestion des clients et des contacts, qui permet d'améliorer les prévisions de ventes et les revenus de l'entreprise. Cette offre permet aux entreprises d'administrer les étapes du cycle de vente grâce au suivi détaillé des relations commerciales avec chacun de leurs clients et prospects.

Ils disposent ainsi d'une aide déterminante pour évaluer leur portefeuille d'opportunités de ventes et affiner leurs priorités commerciales.

ACT! a été conçu pour les entreprises de toutes tailles, les indépendants et les professions libérales qui souhaitent gérer de façon très simple leurs portefeuilles clients et contacts.

Fondé sur la technologie .NET, ACT! bénéficie d'une installation et d'un déploiement Plug & Play et répond aux processus standards des entreprises.

ACT! 2009 est disponible en deux offres commerciales :

- ACT! 2009 : disponible sous base de données MS SQL Express
- ACT! Premium 2009: disponible sous base de données MS SQL Server 2005, pour une performance accrue sur des volumétries de données importantes.

Informations Techniques

Bases de données

- MS SQL Server 2005 ou MS SQL Express

Site officiel : www.MonAct.fr

2. Sage CRM

Améliorer l'efficacité commerciale, développer l'activité, fidéliser les clients



Sage CRM est l'offre de Gestion de la Relation Client de Sage dédiée aux PME.

Elle permet de **fédérer le travail individuel et collectif des équipes de Vente, Service Clients et Marketing** afin de renforcer la performance des collaborateurs et de l'entreprise. Intégralement fondé sur une architecture Web, Sage CRM bénéficie de l'efficacité de cette technologie : facile à utiliser, rapide à déployer et doté d'un périmètre fonctionnel riche pour un coût de possession réduit.

Disponible pour une installation seule, **Sage CRM** peut aussi être intégré au système de gestion de l'entreprise. Sage CRM offre à l'ensemble des entreprises équipées de **Sage 100** l'opportunité d'étendre leur système de gestion à des fonctionnalités dédiées pour optimiser la gestion opérationnelle de leurs clients :

- **pour les équipes commerciales :**
 - o Gérer les devis commerciaux
 - o Maîtriser le portefeuille des affaires en cours
 - o Organiser les journées de travail
 - o Gérer automatiquement le reporting
 - o Proposer des outils de mobilité pour être plus productifs sur le terrain ...

- **pour le service clients :**
 - o Informatiser et donc tracer les demandes des clients
 - o Garantir des réponses pertinentes aux clients
 - o Gagner en efficacité dans les processus internes

- **pour le service marketing :**
 - o Réaliser et suivre les opérations marketing
 - o Evaluer les retours sur investissements

Informations Techniques

Technologie 100% Web.

Bases de données

- MS SQL Server 2005 ou MS SQL Server 2000
- Oracle 10g R2

3. Sage SalesLogix

La Solution de CRM Collaborative



Parce que la multiplicité des interlocuteurs, des échanges et des canaux de communication multiplie les données et interactions de la relation clients, le partage de l'information et la coordination des tâches entre les collaborateurs de l'entreprise sont essentiels. L'entreprise doit donc mettre en place des processus structurés pour optimiser ses relations clients.

Avec la version 7.5 de Sage SalesLogix, Sage répond à ces problématiques parfois complexes en proposant le **Collaborative Relationship Management**, pour orchestrer et suivre de façon collaborative sa relation globale avec ses clients. Répondre aux problématiques métier de l'entreprise est essentiel pour gérer ses problématiques clients.

Sage SalesLogix est disponible à la fois en mode client-serveur traditionnel, en mode Web (accès via un simple navigateur Internet), et sur terminal mobile de type Blackberry, Pocket PC, Smartphone, pour une accessibilité optimale, quel que soit le contexte utilisateur ou le métier de l'entreprise.

Informations Techniques

Architecture n-tiers

Interface utilisateur :

- Client / Serveur
- Web
- PDA (Blackberry, Pocket PC, Smartphone)

Accessibilité :

- mode connecté
- mode déconnecté

Bases de données

- MS SQL Server 2005 ou 2008
- Oracle 10gR2

IV – Les experts Sage CRM Solutions

Florence Méro, Directrice Générale - Division Sage CRM Solutions



Depuis plus de 17 ans, Florence Méro accompagne la croissance et la diversification des activités de Sage en France. Après avoir lancé avec succès l'activité ERP de Sage en 1999, elle est devenue Directrice Générale de la Division Mid-Market de 2001 à 2006.

Membre du Comité de Direction Mondial Sage CRM Solutions, Florence Méro a pris la Direction Générale de la Division Sage CRM Solutions en France et a été nommée Directrice Générale de Ciel en octobre 2008.

Claude Cordier, Directeur Marketing – Division Sage CRM Solutions



Depuis plus de 10 ans, Claude Cordier contribue avec dynamisme au développement des activités de Sage. Il dispose d'une solide expérience opérationnelle : il a été Ingénieur Commercial de 1995 à 1998, puis Consultant Chargé de Projet de 1998 à 2001, et en charge de la stratégie Produit et Marché ERP au sein de la Division Mid Market de 2001 à 2005.

Depuis 2005, au poste de Responsable du Marché, il a participé activement au renforcement de Sage sur le marché du CRM, en particulier pour les lancements des offres Sage CRM et Sage SalesLogix.

Claude Cordier a pris en 2007 la direction du Marketing au sein de la division Sage CRM Solutions.

Pour toutes questions ou demandes d'informations complémentaires, veuillez contacter :

Agence 3d Communication :

Nicolas CELIC
ncelic@3dcommunication.fr
Tél. : 01 46 05 87 87

Sage :

Anabelle OLIVEIRA
anabelle.oliveira@sage.com
Tél. : 01 41 66 26 89

Ou visitez le site web <http://www.sagecrm.fr>