



Le marché français des éditeurs CRM

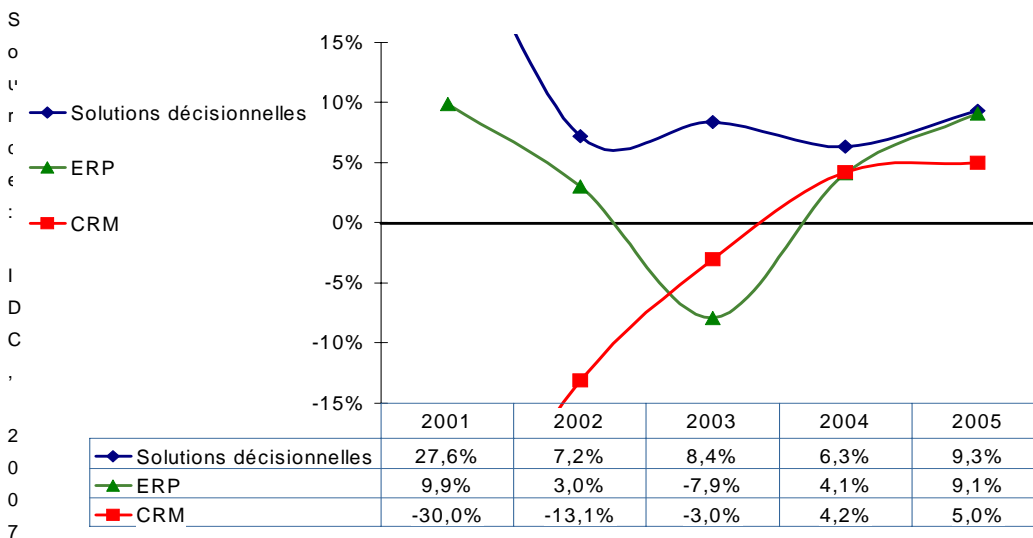
Bilan 2006 - Perspectives 2007-2011

Juin 2007

Dans un contexte concurrentiel exacerbé et de clients toujours plus exigeants, la qualité de la relation client est une condition indispensable au développement et à la performance des entreprises. Une partie importante de ce relationnel se fait aujourd'hui via des solutions logicielles de gestion de la relation client (CRM – Customer Relationship Management).

Les années 2001 et 2002 ont été particulièrement sombres pour le marché CRM en France. Ce « salutaire » effondrement fut la réponse à une dérive qui fut de ne pas comprendre que l'automatisation de la gestion de la relation client n'en assurait pas pour autant l'efficacité : c'est à dire offrir ce dont le client a besoin. Fort de cet effet d'apprentissage, le marché du CRM redémarre doucement depuis lors (+4,1% en 2004 et +5,0% en 2005). Le regain du marché des solutions logicielles CRM s'est poursuivi en 2006, confirmant ainsi une tendance de fond dans l'adoption du CRM par les entreprises françaises.

UN MARCHÉ QUI REVIENT DE LOIN



LES POINTS CLES DE L'ETUDE ET PRINCIPAUX THEMES ABORDES

Cette étude traite des principaux points suivants :

1. Taille du marché licences et maintenance des logiciels CRM 2006 - 2007.
2. Taille du marché services associés à la vente des logiciels CRM 2006 - 2007.
3. Segmentation fonctionnelle : 5 modules (Vente, Marketing, Service Client, Centre de contacts et CRM analytique)
4. Segmentation par tailles d'entreprise : 3 franges (Moins de 500 salariés – 500 à 2000 salariés – Plus de 2000 salariés)
5. Segmentation par verticaux : 12 secteurs d'activité
6. Perspectives à 5 ans de tous les marchés quantifiés
7. Une analyse de la demande du Mid Market et des grands comptes français
8. Une analyse du positionnement des principaux éditeurs de logiciels CRM



ANALYSE DE LA DEMANDE

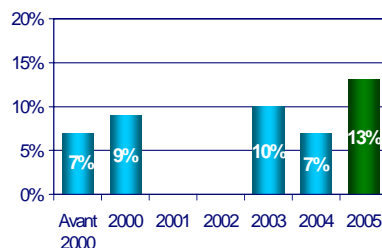
L'étude intègre une analyse de la demande réalisée sur la base d'une enquête utilisateurs menée auprès de 200 entreprises de plus de 500 salariés. Cette analyse met en lumière les tendances de déploiement des solutions CRM au sein des entreprises françaises en 2007. A titre de rappel, les résultats de notre précédente enquête mettaient en évidence les éléments suivants pour l'année 2006.

- ☒ 49% des entreprises françaises déjà équipées d'un outil CRM envisagent d'étendre leur outil en place en achetant de nouveaux modules.
- ☒ 66% des entreprises françaises déjà équipées envisagent d'étendre l'accès aux applications CRM à un nombre plus important d'utilisateurs
- ☒ 55% des entreprises françaises déjà équipées envisagent d'étendre leurs applications CRM sur un plus grand nombre de sites.

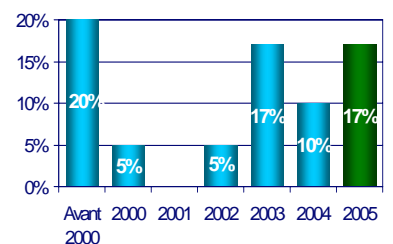
Entreprises de plus de 500 salariés La date d'achat des logiciels en place

Question : Depuis combien de temps les outils CRM suivants sont-ils opérationnels ?

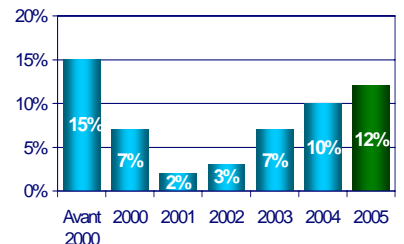
Outils Marketing



Outils SFA



Outils Service Client



ANALYSE CONCURRENTIELLE

Outre l'analyse des parts de marché et de leur positionnement par segment, l'étude présente un profil détaillé des principaux acteurs du marché réalisé sur la base 18 entretiens face à face auprès des éditeurs suivants :

Chordiant Software, Coheris, E-deal, Eudo Net, Infor, Eptica, Kimoce, Microsoft, Neocase-Software, Oracle, Pivotal Corporation France, Sage, Salesforce.com, SAP, SAS, Selligent France, SPSS France, Unica

Pour toute information complémentaire, veuillez contacter

IDC France

Anne-Marie Abisségué

Yasmina Benjelloun

aabissegue@idc.com

ybenjelloun@idc.com

Olivier Ferger

oferger@idc.com

124, Bureaux de la Colline
92213 Saint Cloud-Cedex

Tel : 01 55 39 61 00 - Fax : 01 55 39 61 01

