

SAP dévoile la nouvelle version de sa solution Customer Relationship Management

SAP® CRM 2007 place la flexibilité du Web 2.0 et la performance des processus métier intégrés de bout en bout dans les mains des utilisateurs professionnels

BOSTON — le 4 décembre 2007 — Nouveau témoignage de son leadership sur le marché CRM comme le constatent les grands cabinets d'analystes, SAP AG (NYSE: SAP) a présenté aujourd'hui la nouvelle version de son logiciel SAP® Customer Relationship Management (SAP CRM), un composant important de la SAP® Business Suite. En vue de répondre aux exigences du marché croissant des utilisateurs professionnels, ce nouveau produit révolutionnaire, qui a fait l'objet d'une innovation conjointe avec les principaux clients et partenaires, est conçu pour résoudre simplement et efficacement les problèmes concrets des sociétés. L'annonce a été effectuée lors du 5^e SAP Influencer Summit qui s'est tenu à Boston les 4 et 5 décembre.

SAP poursuit son engagement envers les sociétés multinationales en fournissant aux clients des logiciels d'entreprise performants permettant de mieux gérer les relations avec les clients. SAP offre de nouvelles fonctionnalités telles que la gestion des promotions, la gestion des communications d'entreprise et l'efficacité des prévisions de ventes. La dernière version du logiciel SAP CRM dispose d'une nouvelle [interface utilisateur](#) qui permet aux utilisateurs professionnels d'accéder facilement à toutes les informations pertinentes afin de mieux répondre aux besoins de leurs clients. Les utilisateurs affirment qu'il est nécessaire d'expérimenter soi-même les nouvelles fonctions Web 2.0 disponibles dans l'Interface utilisateur de SAP CRM pour réaliser combien cette interface est unique.

« Les applications CRM de nouvelle génération s'appuient sur l'utilisation d'interfaces telles que le propose le Web 2.0 et seront destinées aux professionnels de la vente, du marketing et du service clientèle », a déclaré Ed Thompson, VP Distinguished Analyst chez Gartner. « Mais elles pourront prendre en charge également de multiples autres interfaces utilisateur tout en mettant toujours l'accent sur la convivialité, la facilité de configuration pour tous les types d'utilisateurs, et s'intégrer plus facilement pour former des processus de bout en bout et satisfaire ainsi à la fois les utilisateurs professionnels et IT. »

SAP développe le CRM au-delà de l'automatisation traditionnelle des tâches pour en faire une plate-forme d'exécution des processus métier de bout en bout, flexible et générés par l'utilisateur. SAP CRM est conçu pour permettre aux sociétés d'avoir une vision à 360 degrés

des clients, ce qui constitue l'un des facteurs les plus critiques d'une stratégie CRM réussie, comme l'a démontré une récente étude de The Economist Intelligence Unit, « Optimiser la relation client ». SAP CRM permet déjà à des sociétés, telles que Adobe Systems, Danfoss et Intel Corporation, de développer et d'améliorer leurs processus liés aux clients à travers leur écosystème d'entreprise, les employés, les clients et les partenaires.

Des nouvelles fonctions de SAP CRM permettant une croissance générée par le client

SAP CRM met à disposition une série de nouvelles fonctionnalités dans des domaines-clés pour le développement des compétences, des équipes, pour la satisfaction des clients et pour la progression des activités.

- **Un service clientèle multi-canal flexible**– Le logiciel SAP® Business Communications Management intègre des technologies de communication et SAP CRM afin d'élargir des processus traditionnellement réservés aux centres d'appels à toute l'organisation, y compris les personnels nomades et les experts, ceci quelle que soit leur localisation.
- **Maximisation de la valeur de chaque interaction** – Le logiciel SAP® Real-Time Offer Management permet d'apporter de l'intelligence à toutes les interactions avec les clients et d'établir des relations rentables avec les clients.
- **Optimisation des dépenses de marketing et promotionnelles** - SAP a considérablement amélioré ses solutions TPM (Trade Promotions Management) et MDF (Marketing Development Funds) en vue d'aider les clients à exploiter davantage leurs dépenses promotionnelles, tout en améliorant la visibilité, le contrôle et la traçabilité des budgets de bout en bout ainsi que les procédures de réclamation.

Adobe intègre les fonctions avancées de SAP CRM

Adobe a entrepris de simplifier ses processus métier et d'intégrer toutes les applications d'entreprise dans une plate-forme robuste. Utilisant déjà SAP CRM 5.0 pour soutenir ses centres d'appels à l'échelle mondiale, la société a décidé de tirer profit des fonctions d'automatisation de la force de vente intégrées à SAP CRM pour soutenir ses processus de vente. De la gestion des prospects à la gestion des opportunités, en passant par l'affectation des territoires et la gestion des comptes et des contacts, Adobe déploie les fonctions d'automatisation de la force de vente de SAP pour plus de 170 000 comptes clients.

« Chez Adobe, nous cherchons à appliquer une solution qui simplifie nos processus métier et les active sur une plate-forme d'applications intégrées, évolutive et flexible », a déclaré Colleen Berube, vice-président des applications d'entreprise, Information Technology, chez Adobe. « Les premières réactions face aux fonctions d'automatisation de la force de vente de SAP ont été extrêmement positives. Nos utilisateurs CRM déclarent régulièrement que SAP CRM est une solution de haute qualité qui offre des avantages considérables pour notre société. »

Intel et SAP collaborent sur une solution pour les MDF (Marketing Development Funds)

Intel et SAP collaborent depuis longtemps à l'élaboration de solutions novatrices et à l'optimisation de la valeur pour leurs clients. Les deux sociétés ont notamment collaboré sur une solution pour les MDF dans le cadre de SAP CRM 2007. Ensemble, elles ont automatisé et rationalisé les processus des MDF en améliorant la saisie des réclamations en ligne, la conformité et les comptes de régularisation. Ces processus au sein du CRM sont reliés aux processus de réclamation et de paiement d'un système dorsal SAP® ERP d'une société, ainsi qu'aux comptes fournisseurs pour permettre à ces derniers et aux partenaires de mener des transactions plus efficaces en bonne et due forme, tout en gérant les fonds des circuits de commercialisation.

« Intel a déjà collaboré à de multiples reprises avec des fournisseurs de premier plan en vue d'élaborer conjointement des solutions pour un marché mondial », a déclaré Daryl Ganas, Directeur général, Customer Capability, Sales and Marketing Group, chez Intel Corporation. « La collaboration entre SAP et Intel dans l'environnement CRM illustre une nouvelle fois de quelle manière nos sociétés collaborent afin de commercialiser une solution performante, encore améliorée par des plates-formes Intel novatrices. Cet effort de collaboration dans l'environnement MDF a débouché sur une fonction complète et avancée

qui permet de soutenir les processus métier critiques de bout en bout et d'offrir ainsi une valeur maximale à nos clients. »

SAP CRM 2007 à disposition des clients

MisE à la disposition des clients en décembre 2007, SAP CRM 2007 est déjà déployéE par les leaders du secteur.

« La dernière version de SAP CRM porte entièrement sur la croissance générée par le client et est révolutionnaire pour le secteur des logiciels d'entreprise dans son intégralité », a déclaré Bob Stutz, vice-Président et Directeur général, CRM Global Strategy and Product Development, chez SAP. « SAP est en train de combler le fossé entre les expériences Web des utilisateurs et les applications logicielles d'entreprise. SAP CRM vise à rendre le CRM simple et performant afin de garantir la différenciation, l'innovation et l'agilité pour les utilisateurs professionnels. Le principal objectif est de permettre aux sociétés de renforcer la capacité de leurs employés, de se familiariser avec leurs clients et de promouvoir leur croissance. »

Pour plus d'informations concernant SAP CRM, rendez-vous sur www.sap.com/crm.

À propos de SAP® Customer Relationship Management

SAP propose des solutions de gestion de la relation client (CRM) leaders du marché, fondées sur une architecture orientée services, qui aident les sociétés à promouvoir leur croissance, à conserver leur agilité compétitive et à atteindre l'excellence opérationnelle grâce à des processus centrés sur le client. En offrant des fonctions de guichet optimales tout en autorisant des processus sectoriels de bout en bout, l'application SAP® CRM permet à ses clients d'habiliter leurs équipes, de satisfaire leurs clients et de développer leurs activités grâce à une adoption rapide par l'utilisateur et à une productivité améliorée. SAP CRM est l'une des applications principales de la Business Suite de SAP, qui s'appuie sur l'architecture NetWeaver. Ce logiciel aide les sociétés à développer les compétences de leurs employés en leur fournissant en temps réel les informations et les analyses dont ils ont besoin pour se familiariser avec leurs clients, acquérir de nouveaux clients, fidéliser les clients et construire des relations durables.

À propos de SAP

SAP est le chef de file mondial des logiciels de gestion*. Aujourd'hui, plus de 43 400 clients répartis dans plus de 120 pays utilisent des applications SAP®, depuis les solutions adaptées aux besoins particuliers des petites et moyennes entreprises jusqu'aux suites logicielles conçues pour les multinationales. Fondés sur SAP NetWeaver®, une plate-forme technologique qui favorise le changement et l'innovation, les logiciels SAP aident des entreprises de toutes tailles du monde entier à améliorer leurs relations avec la clientèle, se rapprocher de leurs partenaires, accroître l'efficacité de leurs chaînes d'approvisionnement et rationaliser leurs activités commerciales. Les portefeuilles de solutions de SAP soutiennent les procédés opérationnels spécifiques à plus de 25 secteurs d'activités, dont la haute technologie, le commerce de détail, les services financiers, les soins de santé et le secteur public. Avec des filiales dans plus de 50 pays, l'entreprise est cotée sur plusieurs marchés financiers, notamment les bourses de Francfort et de New York, sous le symbole « SAP ». (Pour plus d'informations, consulter le <http://www.sap.com>).

Contacts presse

SAP France - Françoise Nové-Josserand

Tél. : 01 44 45 21 05 - francoise.nove-josserand@sap.com