

Salesforce.com redéfinit l'avenir de la CRM pour les dix années à venir avec Sales Cloud 2 et Service Cloud 2

*Plus de 1 000 nouvelles fonctionnalités et 30 éditions en 10 ans
au service de la réussite de 67 900 clients*

*Sales Cloud 2 met le meilleur du Web grand-public à la portée de toutes les entreprises
pour finaliser un plus grand nombre de ventes, accroître le portefeuille de prospects
et
maximiser la rentabilité*

Service Cloud 2 permet aux entreprises d'offrir à leurs clients une qualité d'expérience incomparable en interconnectant les technologies traditionnelles de centre d'appels aux conversations temps réel ayant lieu partout dans le « nuage »

SAN FRANCISCO – Dreamforce Conference, le 18.11.09 – Avec le lancement de Sales Cloud 2 et Service Cloud 2, [salesforce.com](http://www.salesforce.com) [NYSE : CRM], le leader des technologies de Cloud Computing pour l'entreprise, capitalise sur ses remarquables succès client pour redéfinir une nouvelle fois les perspectives des technologies [CRM](http://www.salesforce.com) (<http://www.salesforce.com>) pour les dix années à venir. Sales Cloud 2, l'application commerciale la plus complète et diffusée du marché, propose en effet aux entreprises des perspectives de succès sans précédent en mettant à la portée de leurs applications métier le meilleur des technologies Web grand-public. L'offre Service Cloud 2 concrétise quant à elle une nouvelle étape dans la révolution du service client en décuplant la qualité des prestations tout en réduisant les coûts grâce à la richesse de l'expertise communautaire. Sales Cloud 2 et Service Cloud 2 aident les entreprises à obtenir une vision à 360° de chacun de leurs clients et prospects – à un moment où il est plus important que jamais de convertir rapidement les « Leads » en clients.

Sales Cloud 2 – L'application commerciale la plus populaire et complète du marché

- Dès 1999, [salesforce.com](http://www.salesforce.com) révolutionnait l'[automatisation des équipes commerciales](http://www.salesforce.com/crm/sales-force-automation/) (<http://www.salesforce.com/crm/sales-force-automation/>) en lançant Sales Cloud, un environnement aussi ergonomique que des sites grand-public tels qu'Amazon.com ou eBay. La réponse du marché fut plus qu'enthousiaste, faisant en quelques années de Sales Cloud l'application de gestion commerciale la plus complète et diffusée du marché.
- Ce sont aujourd'hui des milliers d'entreprises qui assoient leur réussite commerciale sur Sales Cloud – parmi lesquelles de grands noms de l'industrie tels que Dr Pepper Snapple Group, Yamaha Corporation of America, Dell, etc.
- Une récente étude de satisfaction menée auprès de plus de 6 000 clients de [salesforce.com](http://www.salesforce.com) dans le monde démontrait en outre que les cadres commerciaux développant leurs activités avec Salesforce CRM font état d'une amélioration de 40 % de la précision de leurs prévisions, de 27 % de leur chiffre d'affaires et de 32 % de la productivité commerciale^[1].
- Sales Cloud a reçu d'innombrables récompenses et distinctions – au nombre desquels huit « CODiE Awards » consécutifs en tant que meilleure solution CRM du

marché. Salesforce.com fait également partie du « Carré des leaders » du « Magic Quadrant » de Gartner avec Sales Force Automation[2].

- Au cours des dix dernières années, [salesforce.com](https://www.salesforce.com) a livré à ses clients plus de 30 mises à jour saisonnières intégrant plus d'un millier de nouvelles fonctionnalités. Salesforce.com est un leader de l'industrie par sa capacité et son rythme d'innovation.

Sales Cloud 2 – Le meilleur du Web grand-public au service des applications d'entreprise

Ouvrant de nouvelles perspectives pour les dix prochaines années, Sales Cloud 2 met à la portée de toutes les entreprises le meilleur des technologies grand public les plus populaires – telles que Twitter, Evite, Google et Youtube. L'année dernière seulement, [salesforce.com](https://www.salesforce.com) a livré plus de 150 nouvelles fonctionnalités (regroupées dans trois mises à jour saisonnières) renforçant le positionnement de cette solution comme l'application de gestion commerciale la plus complète au monde. Les dernières innovations de [salesforce.com](https://www.salesforce.com) ont pour vocation première d'aider les professionnels de la vente à conclure un plus grand nombre d'affaires et à générer de plus grande quantités de « Lead » :

- **Salesforce for Twitter** – Twitter est une plate-forme gratuite où chaque utilisateur peut répondre en 140 caractères à la question : « Que faites-vous en ce moment ? » et diffuser sa réponse à sa communauté. Salesforce for Twitter aide les professionnels des ventes et du marketing à maximiser leurs portefeuilles de prospects et d'affaires en utilisant Twitter comme vecteur de développement. Cet outil exclusif permet en effet aux acteurs commerciaux d'interagir simplement avec leurs prospects sur Tweeter et aux spécialistes du marketing de lancer des campagnes Twitter, de susciter de la demande et de quantifier leur retour sur investissement. Les professionnels de la vente peuvent également adresser et suivre les Tweets destinés à leurs clients ou prospects – directement dans leur fiche de contact.
- **Devis en temps réel** – Les devis en temps réel permettent aux commerciaux de s'appuyer sur Sales Cloud pour alimenter automatiquement leurs propositions avec les données client pertinentes. Ce système leur permet de générer et envoyer des devis en seulement quelques clics – comme les « Power Sellers » sur eBay.
- **Cloud Scheduler** – Ce système permet de planifier des réunions avec des collègues, clients ou partenaires à partir d'une fiche de contact, dans un environnement particulièrement transparent et ergonomique – par un simple glisser/déposer. Construit sur la plate-forme Force.com, ce système permet à chaque utilisateur de trouver automatiquement les créneaux de réunion disponibles, de planifier les rendez-vous et d'envoyer des invitations à des clients, collègues ou partenaires en quelques clics – comme en ont l'habitude les utilisateurs d'Evite.
- **Contenus mobiles** – Les utilisateurs de Sales Cloud peuvent désormais visualiser tous les documents de la bibliothèque de contenus de Salesforce CRM (présentations, feuilles de calcul, etc.) sur leur téléphone mobile et les retransmettre directement à des prospects ou clients. Cette nouvelle fonctionnalité de mobilité des contenus se rapproche par sa simplicité de la consultation de séquences vidéo Youtube sur son téléphone mobile.
- **Nouveau module de construction de tableaux et rapports** – Cette solution offre aux entreprises un contrôle supérieur pour construire et analyser leurs tableaux de bord et rapports grâce à de nouveaux types de graphes, options couleur et modes de traitement des données – fournissant une vue plus claire et pertinente. Les

utilisateurs peuvent également zoomer sur des sous-ensembles de données (par exemple en cliquant sur une portion d'un diagramme à secteur). La réalisation des rapports est plus rapide et intuitive que jamais grâce au nouveau module de conception donnant un accès immédiat aux données de reporting sous-jacente (comme avec Google Analytics). L'interface est particulièrement ergonomique (glisser/déposer) et intègre des outils de prévisualisation des graphiques en temps réel et de déplacement des colonnes et des champs pour simuler l'impact sur les représentations graphiques et rapports.

- **Recherche de partenaires** – Ce système de recherche permet aux utilisateurs de Sales Cloud 2 de localiser de nouveaux partenaires et de partager des informations avec eux en temps réel. La communauté des utilisateurs de salesforce.com peut ainsi faire jouer la synergie en partageant des « Leads » et des opportunités – aussi simplement qu'ils le partageraient leurs photos sur Flickr.

Service Cloud 2 – Succès client et dynamique de marché pour un nouveau standard du service client

- Plus de 8 000 entreprises ont déjà choisi Service Cloud pour rationaliser leurs opérations de service client – consacrant une remarquable croissance de 175 % d'une année sur l'autre.
- Selon une récente étude indépendante, les entreprises qui utilisent Service Cloud augmentent le taux de satisfaction client de 28 %, réduisent le volume d'appels de 25 % et améliorent le taux de résolution au premier appel de 30 %, la productivité du service et du support de 37 % et la fidélisation client de 26 %^[3].
- Salesforce.com fait partie du « Carré des leaders » du « Magic Quadrant » de Gartner dédié aux centres de contacts de support de client CRM^[4].

Service Cloud 2 – Nouvelles innovations de service et support client

Salesforce.com a récemment ouvert un nouveau chapitre de la révolution du service client avec Service Cloud 2 introduisant de multiples innovations produit dédiées à cette problématique :

- **Salesforce Knowledge** – Salesforce.com propose la première [base de connaissances](http://www.salesforce.com/crm/customer-service-support/knowledge-base-system/) (« multi-tenant » jamais conçue pour le cloud computing et entièrement intégrée à sa suite de solutions CRM. Salesforce Knowledge constitue une base de connaissances multicanal unique pour les agents, les clients et les partenaires. Le cœur de ce système bénéficie naturellement des avantages propres à Force.com – et notamment de ses caractéristiques exclusives de déploiement accéléré, de simplicité de paramétrage et de personnalisation, de mise à jour automatique, etc.
- **Salesforce Answers** – Les centres de service client s'appuient traditionnellement sur les seules connaissances « produites » par l'entreprise, en se privant de la prolifération de compétences librement accessibles sur le Web... Conçue sur la technologie Service Cloud 2, la solution Salesforce Answers offre une expérience en ligne incomparable en permettant aux entreprises de mettre l'« expertise du nuage » au service de leurs clients (par exemple, en débutant les conversations client dans une communauté en ligne, en synthétisant l'expertise publique, en intégrant Facebook, etc.).
- **Salesforce for Twitter** – Dans un monde d'omniprésence d'Internet – avec une forte demande d'interaction en temps réel – Salesforce for Twitter et Service Cloud 2 offrent aux entreprises un moyen simple de rejoindre les conversations de service client qui se déroulent en temps réel sur Twitter, d'effectuer des recherches

en temps réel, de superviser les enjeux de services émergents au sein de Twitter et de redistribuer en temps réels les éléments de compétence.

- **Mise à jour en 5 minutes** – Salesforce.com a également jeté les bases de la prochaine révolution dans l'univers du Cloud Computing avec sa technologie exclusive de mise à jour en 5 minutes – démontrant pleinement la puissance de la plate-forme et de l'infrastructure Force.com. Les entreprises n'ont jamais bénéficié par le passé d'une telle réactivité d'adoption des dernières évolutions technologiques et d'amélioration continue de leur service client. Salesforce.com est à ce jour la seule entreprise pouvant offrir à ses clients une migration en cinq minutes en raison des spécificités de son infrastructure « multi-tenant » en temps réel, sous-tendue par des datacenters en miroir.
- **Cisco et Salesforce.com** – Salesforce.com et Cisco ont noué un partenariat privilégié pour mettre sur le marché un centre de contact intégral en environnement de Cloud Computing. Cette offre exclusive (« Customer Interaction Cloud ») réunit l'environnement Service Cloud 2 de [salesforce.com](https://www.salesforce.com) à la plate-forme unifiée de communication de Cisco pour offrir aux PME une solution de nouvelle génération pour gérer leur service client entièrement en environnement de cloud computing. Salesforce.com et Cisco partagent en effet la même vision de l'évolution des technologies vers ce puissant environnement et des bénéfices de l'intégration des réseaux sociaux (Facebook, Twitter, Google, etc.) pour fournir de nouvelles prestations aux clients dans un espace où ils ont déjà l'habitude de collaborer.

Citations

- « Cette annonce ouvre un nouveau chapitre de la CRM et de la réussite de nos clients. Sales Cloud 2 et Service Cloud 2 concrétisent en effet toutes les attentes des professionnels de la vente et du service client pour développer leur chiffre d'affaires et leur rentabilité – tout particulièrement dans le contexte actuel, commente Marc Benioff, Président et CEO de [salesforce.com](https://www.salesforce.com).
- « Notre entreprise fournit un exemple emblématique de la façon dont le cloud computing permet de passer très rapidement de processus manuels à un système sophistiqué de gestion des opportunités, se félicite Mike D'Adamo, Vice-président des ventes de HD Supply Facilities Maintenance. Sales Cloud a réellement transformé nos activités et nous sommes impatients de découvrir les dernières innovations de [salesforce.com](https://www.salesforce.com) pour anticiper une nouvelle fois les attentes de nos clients et maximiser nos parts de marché. »
- « Salesforce CRM nous a aidés à améliorer de multiples facettes de nos activités commerciales se traduisant par de remarquables progrès de profitabilité, constate Brian Vass, Vice-président Marketing de The Sant Corporation. Sales Cloud nous a notamment aidé à obtenir une croissance de 83 % du chiffre d'affaires et une accélération de 60 % des délais de résolution des problèmes de support client. Le Cloud Computing nous a permis de réaliser ces remarquables progrès sans les lourdeurs habituelles de déploiement et de maintenance de logiciels. Nous sommes certains que les nouvelles fonctionnalités annoncées par [salesforce.com](https://www.salesforce.com) nous aideront à encore maximiser cette croissance. »
- « Salesforce CRM donne le ton à l'ensemble de l'industrie depuis une décennie ; les innovations annoncées avec Sales Cloud 2 et Service Cloud 2 devraient renforcer ce leadership de [salesforce.com](https://www.salesforce.com) au cours des prochaines années, » commente Rebecca Wettemann, Vice-présidente Recherche de Nucleus Research.

Prix et disponibilité

- Salesforce Knowledge est disponible dès aujourd'hui.
- Salesforce for Twitter est disponible dès aujourd'hui sans supplément de prix sur AppExchange pour les utilisateurs des éditions Professional, Enterprise et Unlimited.
- Les fonctionnalités de mixage des graphismes, de choix des couleurs et de connexion partenaire sont disponibles dès aujourd'hui pour tous les clients de salesforce.com.
- Le système de production d'offres en temps réel est actuellement en phase pilote et sera disponible en février 2010.
- Salesforce Answers sera disponible en version pilote en janvier 2010 et de façon générale en février 2010.
- Le système de mise à jour en cinq minutes est actuellement en phase « bêta » et sera disponible dans le cadre d'un projet pilote restreint dès février 2010.
- Le système de planification de réunions (Cloud Scheduler) entrera en phase pilote en février 2010.
- La fonctionnalité de construction de rapports sera présentée en préversion développeur en février 2010.
- La solution conjointe de salesforce.com et Cisco sera disponible au premier trimestre 2010.

Ressources de support

- Pour plus d'informations sur Sales Cloud, veuillez consulter <http://www.salesforce.com/salescloud2>
- Pour plus d'informations sur Service Cloud, veuillez consulter <http://www.salesforce.com/servicecloud2>
- Retrouvez salesforce.com sur Twitter @salesforce

À propos du « Magic Quadrant »

Magic Quadrant, © Gartner, Inc., 2009. Réutilisé avec autorisation. Le « Magic Quadrant » est une représentation graphique du marché à un instant donné indiquant comment chaque éditeur se positionne en fonction des critères clés définis par Gartner pour le marché considéré. Gartner ne cautionne aucun éditeur, produit ni service figurant dans le Carré magique et ne conseille pas aux utilisateurs de ne sélectionner que des produits figurant dans le « Carré des leaders » ; il s'agit essentiellement d'un outil de recherche et en aucun cas d'un plan d'action. Gartner décline toute garantie expresse ou implicite relativement à ces recherches et notamment toute garantie d'adaptation à un objectif commercial ou autre.

A propos de Salesforce.com

Salesforce.com est la société de Cloud Computing d'entreprise. Le portfolio d'applications CRM de la société, disponible à l'adresse : <http://www.salesforce.com/fr/products>, a révolutionné la façon dont les clients gèrent et partagent leurs informations professionnelles via Internet. La plate-forme de la société Force.com, (<http://www.salesforce.com/platform/>) permet aux clients, développeurs et partenaires de créer de nouvelles et puissantes applications business et d'apporter tous les bénéfices du Cloud à l'entreprise. Basé sur l'architecture en temps réel et multi-tenant de salesforce.com Salesforce CRM et

Force.com offrent aux clients l'accès au succès le plus rapide pour leur projets de cloud computing .

Au 31 octobre 2009, salesforce.com gère les données clients d'environ 67,900 entreprises parmi lesquelles Allianz Commercial, Dell, Dow Jones Newswires, Japan Post, Kaiser Permanente, KONE, and SunTrust Banks. Tous les services et toutes les fonctionnalités qui ne sont pas encore sur le marché et qui ont été annoncés dans ce communiqué de presse ou lors d'une annonce publique ne sont pas encore disponibles et peuvent ne pas l'être du tout, ou ne pas être distribués dans les délais évoqués. Les clients qui souhaitent acheter des applications de salesforce.com doivent faire leur choix à partir des fonctionnalités qui sont déjà disponibles. Basée à San Francisco, salesforce.com possède des bureaux en Europe et en Asie. La société est cotée au New York Stock Exchange sous le libellé "CRM". Pour plus d'informations, veuillez vous rendre à l'adresse : <http://www.salesforce.com/fr> ou appeler le 00800 7253 3333.

Copyright (c) 2009 salesforce.com, Inc. All rights reserved. Salesforce and the "no software" logo are registered trademarks of salesforce.com, inc., and salesforce.com owns other registered and unregistered trademarks. Other names used herein may be trademarks of their respective owners.

Contacts presse RUMEUR PUBLIQUE

Salima Aït Meziane

tel. 01 55 74 52 23 - Email : salima@rumeurpublique.fr

Stéphanie Muthélet

tel. 01 55 74 52 28 – Email : stephanie@rumeurpublique.fr

Copyright (c) 2009 salesforce.com, inc. All rights reserved. Salesforce and the "no software" logo are registered trademarks of salesforce.com, inc., and salesforce.com owns other registered and unregistered trademarks. Other names used herein may be trademarks of their respective owners.

I -

[1] Etude réalisée en juin 2009 par Market Tools, Inc. pour le compte de salesforce.com auprès de plus de 6 000 clients.

[2] Magic Quadrant for Sales Force Automation par Robert P. DeSisto 22 juillet 2009

[3] Etude réalisée en juin 2009 par Market Tools, Inc. pour le compte de salesforce.com auprès de plus de 6 000 clients.

[4] Magic Quadrant for CRM Customer Service Contact Centers par Michael Maoz, avril 2009