



Pour diffusion immédiate

Agresso annonce AGRESSO CRM qui vient compléter son offre ERP Agresso Business World (ABW)

ABW, solution d'ERP modulaire complète intègre AGRESSO CRM pour les fonctions marketing, commerciale et les services clients.

Paris, le 31 mars 2009

L'éditeur de renommée mondiale Agresso, annonce en avant première sur le salon SECA IT 2009, la disponibilité de sa solution AGRESSO CRM proposant ainsi de faire collaborer les différentes fonctions de CRM et d'ERP dans un outil unique, intégré et performant. En effet, l'intégration du front office (CRM) et du back office (ERP) constitue, pour les entreprises, un avantage technologique et organisationnel important.

Le point de vue de Jean-Pascal De Sousa, Directeur Commercial d'Agresso France :
« *Les sociétés aujourd'hui font face à une demande croissante d'amélioration des services rendus aux clients, que ce soit en interne ou en externe. Cela devient un élément indispensable d'efficacité et de modernité pour un Système d'Information. ABW et AGRESSO CRM leur permettent de se doter d'outils simples pour une adaptation instantanée et facilitent l'échange d'informations pertinentes et adaptées à leurs besoins. Cette offre globale est, pour elles, un véritable outil d'aide à la décision.* »

Maitriser les cycles du changement

Garantir la disponibilité d'un système IT réactif, capable de s'adapter instantanément aux changements, constitue un enjeu important pour les entreprises qui souhaitent maintenir ou améliorer leur relation clients. De même, la capacité à maîtriser les constantes évolutions des bases clients et prospects ainsi que la maîtrise des ressources humaines et techniques affectées à leur gestion, exige une capacité d'adaptation essentielle.

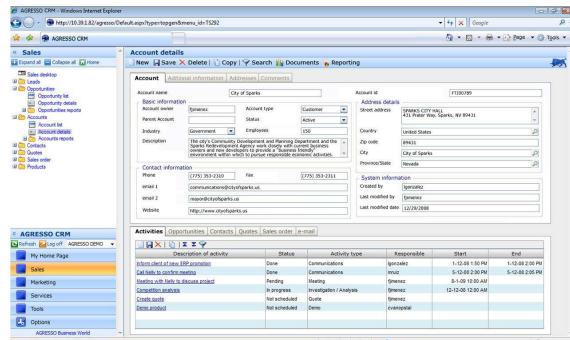
Alors que le CRM doit être réactif, capable de répondre aux exigences de disponibilité de l'information et de mobilité des utilisateurs, l'ERP est davantage organisationnel, institutionnel, et constitue un référentiel pour les activités de gestion de la relation client. L'usage simultané des deux fonctions devient alors complémentaire dans l'aide à la décision. Plutôt que de gérer deux systèmes dont les usages et l'ergonomie sont différents, pourquoi ne pas rassembler leurs fonctions dans un seul et même système, les faisant ainsi converger tout en facilitant leur utilisation ?

Agresso complète ses solutions de gestion financière, de ressources humaines, de la paie, d'achat, de facturation, de projet, d'analyses et de reporting, avec une nouvelle offre CRM 100% basé sur les technologies internet.



Pour diffusion immédiate

Une combinaison logique



Les applications hors ERP, telles qu'AGRESSO CRM, constituent alors de simples « Plug-Ins » qu'il suffit d'intégrer à la solution. L'architecture VITA d'Agresso peut ainsi incorporer différents niveaux de données pour offrir une nouvelle dimension au Système d'Information, créant une solution globale fluide et flexible, capable de fluidifier la circulation des données à gérer, organiser, consulter

et exploiter.

- **Flexibilité** : sur le modèle des solutions Agresso, les évolutions de l'outil n'impliquent pas de surcoûts et peuvent être effectuée par l'utilisateur.
- **Ergonomie** : les écrans du CRM sont harmonisés avec ceux de l'ERP, créant un environnement de travail unique.
- **Adaptabilité** : le paramétrage est déterminé en fonction des besoins d'entreprises et d'organismes de tailles et activités différentes.
- **Economie** : peu onéreux, AGRESSO CRM nécessite peu de jours d'implémentation, qu'il s'agisse de l'intégrer au Système d'Information existant ou à ABW, dont il utilise les mêmes flux.
- **Interfaçage** : les deux outils sont totalement intégrés. Les données relatives aux listes de prix ou base de données clients, n'ont pas besoin d'être ressaisies du fait de leur conversion automatique lors du transfert.

Les quatre orientations d'AGRESSO CRM

Une dynamique orientée vers les marchés externes

Les entreprises publiques et privées du mid-market recherchent la haute disponibilité d'une information fiable, leur permettant d'interagir efficacement avec leur environnement extérieur. Il peut s'agir d'informations liées à la concurrence, un comportement inattendu de la part d'un utilisateur ou d'un acheteur, de nouveaux tarifs fournisseurs...

Une dynamique orientée vers l'organisation interne

Le rythme soutenu des changements qui interviennent dans les entreprises et organismes de ces marchés, impose une évaluation rapide de son impact pour immédiatement mettre en place l'organisation la mieux adaptée.

Les coûts d'acquisition

Ces quatre piliers de l'offre AGRESSO CRM répondent à la nécessité de prendre en compte les spécificités des entreprises qui influencent la stratégie et les fonctions de l'entreprise. Il est reconnu qu'il coûte de l'ordre de cinq fois moins cher de fidéliser un client que d'en acquérir un nouveau. De fait, il existe deux types de CRM pour gagner efficacement de nouveaux marchés : Le CRM analytique (Marketing Automation – MA), qui améliore le ciblage et la gestion de campagnes, grâce à une meilleure connaissance des données clients/prospect et un meilleur contrôle des



Pour diffusion immédiate

coûts. Le CRM opérationnel (Sales Force Automation – SFA), qui automatise certains processus du service commercial pour en augmenter les performances.

Dans les deux cas, la rentabilité de la solution dépend de sa relation avec les objectifs de la société.

Les coûts de fidélisation

De la même façon, l'un des plus importants retours sur investissement du CRM est la fidélisation des clients à forte valeur ajoutée.

Quelques caractéristiques d'AGRESSO CRM

- Solution multi-langues et multidevises ;
- Accès à distance (PDA, Iphone, ...) ;
- Extractions personnalisées par fonction ;
- Rapports standards ou paramétrables ;
- Intégration d'Outlook (emails, contacts, tâches, ...) ;
- Ecrans personnalisables ;
- Gestion documentaire ;
- Pour le commercial : attribution et suivi de territoire, gestion des opportunités, des prévisions de ventes, des offres, de la force de vente, des processus de vente, aide au calcul des primes, transfert de commandes, etc. ;
- Pour le marketing : planification et budgétisation des campagnes marketing, gestion des segmentations de marchés, des différentes campagnes (courrier, email, téléphone,...), suivi et analyse des campagnes, modèles de campagnes paramétrables, suivi des dépenses, etc.

À propos d'Agresso

Agresso est éditeur et intégrateur de solutions ERP pour les PME et l'un des cinq principaux fournisseurs sur ce marché. Son offre est dédiée aux sociétés de services, au secteur public et à l'éducation.

Agresso offre une architecture intégrée unique de « Data-Process-Delivery » conçue spécifiquement pour des entreprises souhaitant adapter instantanément leur solution aux changements continus auxquels elles sont confrontées, ou Business Living IN Change (BLINC)TM. Agresso est la définition même de l'Agilité sur le marché des ERP, car elle permet une quantité illimitée de changements après la mise en œuvre, sans les coûts supplémentaires habituellement associés à ces interventions, qui se chiffrent en milliards d'euros pour les leaders du marché.

Pour en savoir plus, rendez-vous sur le site www.agresso.com.

Contact Presse :

Françoise FOUQUET

Symphony Communication

Tél. : 01 30 64 14 20 – 06 08 25 27 74

ffouquet@symphony-communication.fr