



GESTION DE LA RELATION CLIENT

Access Commerce entre dans la sphère de Salesforce

> LE FAIT

Access Commerce, l'éditeur toulousain du configurateur Caméléon, vient d'annoncer un partenariat avec Salesforce, pour intégrer son offre sur la plateforme AppExchange que le leader de l'ASP lançait il y a six mois. Access Commerce rejoint ici quelques 200 solutions proposées sur le modèle « on demand » prôné par Salesforce, dont Esker, Trivium ou Business Objects, mais aussi quelques concurrents directs de Caméléon, comme Selectica ou Firepond. Access Commerce équipe depuis quinze ans des industriels présentant des problématiques de produits à options et variantes, et a su prendre le virage d'Internet en élargissant son offre à la vente assistée multi-canal. Il propose aujourd'hui des solutions de gestion de catalogue électronique et d'aide à la vente, de configuration de produits et services, de calculs complexes de tarifs et promotions, de génération de devis et de propositions commerciales. Après une très difficile période juste après son introduction en Bourse (son chiffre d'affaires est passé de 16 à un peu plus de 9M€ en trois ans) Access Commerce stabilise son chiffre d'affaires et retrouve l'équilibre en 2005.

Fort de ce résultat honorable, Access Commerce a présenté début 2006 une stratégie ambitieuse, puisqu'il souhaite devenir un acteur majeur du eBusiness en Europe dans les trois ans, en poursuivant la croissance de ses ventes sur Caméléon, tout en se développant par croissance externe. Il recherche de petits éditeurs "plutôt français et rentables" de produits complémentaires à son offre, comme la gestion de contenu, le e-commerce BtoC, ou la gestion des pièces détachées. Il souhaite aussi diversifier ses clients, en s'attaquant aux secteurs de la distribution et des services

(mutuelles, notamment), où il commence à afficher de belles références.

Pour amorcer cette croissance externe, Access Commerce vient ainsi de faire l'acquisition en avril dernier de la société Exsyde, éditeur français d'un logiciel de PIM (Product Information Management) qui va venir compléter, en amont du processus de gestion des produits, les solutions Caméléon.

> L'AVIS DE L'ANALYSTE

Stéphanie Wailliez : "Une indépendance préservée"

Alors que beaucoup de ses concurrents sont entrés dans le giron des grands éditeurs comme PGI, Access Commerce a su rester indépendant, tout en amorçant une présence notable à l'international (USA et Allemagne), où il réalise 25% de son chiffre d'affaires. Avec son offre complète d'aide à la vente de produits complexes, sur des canaux multiples, Access Commerce répond ainsi à une tendance forte du marketing actuel : la personnalisation des offres pour répondre à un besoin de reconnaissance du client. Mais il reste pour l'instant très spécialisé sur le BtoB.

Quant à l'initiative AppExchange, elle ouvre à Access Commerce un potentiel de clients important, mais il faut prouver que ses solutions, qui demandent de l'intégration et une phase de paramétrage non négligeable, sont vraiment adaptées à ce modèle on demand. ■

Avertissement ! Plus de détail sur notre site www.cxp.fr