

Access Commerce : les entreprises de services séduites par l'optimisation des catalogues et la personnalisation de l'offre

L'éditeur de logiciel Acces Commerce surfe sur la vague de la personnalisation croissante des catalogues produits. Le configurateur d'offre Cameleon après avoir séduit l'univers industriel et récemment ATR, a été adapté au monde du service avec des clients comme Sud-Ouest Mutualité ou le groupe de télécommunication SFR. L'éditeur de Labège répond aux besoins de réactivité commerciale des entreprises qui souhaitent en quasi temps réel adapter leur catalogue fonctionnant sur tout type de canaux de distribution, physique et en ligne.

► Jacques Soumeillan, le pdg et ses équipes ont choisi les bonnes technologies il y a trois ans en investissant près de 6 millions d'euros pour améliorer les performances de l'environnement logiciel de la suite Cameleon. Le chiffre d'affaires a progressé de 20% au 2ème trimestre 2008 et de 14% sur le 1er semestre soit 6 millions d'euros. L'offre est désormais segmentée en trois vers les marchés des entreprises industrielles, des services et la distribution spécialisée plus une solution vers les opérateurs de télécom. Le contrat signé avec SFR en 2007 (dont une partie est en production) couvre la totalité de l'offre produit et facturation vendue à ses 18 millions de clients. Un référentiel unique est exploité par le configurateur pour adresser



De g. à d. : Jacques Soumeillan, Pdg d'Access Commerce et Philippe Gaspel, Directeur des services clients de Sud-Ouest Mutualité.

les multiples canaux de ventes de SFR avec les 800 boutiques, le service client hotlines et les ventes directes sur internet avec la gestion de plusieurs millions de combinaisons possibles, générant devis et facturation. **«Avec le projet BIOS sous Cameleon, SFR est passé d'un développement spécifique à un environnement permettant de modifier dans la journée l'offre produit par les équipes en interne»** indique J. Soumeillan. L'outil permet à l'opérateur de segmenter et personnaliser sans limite ses offres en fonction du client et ses choix pour toujours mieux le fidéliser dans un univers très complexe de services, forfaits téléphoniques et mobiles... L'accélération du temps de mise sur le marché, l'augmentation de la richesse des catalogues, la réduction des coûts, le fonctionnement sur tout canal, expliquent le succès de l'offre d'Acces Commerce sur un marché très disputé. Le seul contrat SFR devrait représenter plusieurs millions d'euros en licence. «Nous sommes dans notre spécialité un leader mondial, nos principaux concurrents sont américains». La technologie Cameleon est d'après l'étude du Gartner Groupe, 10 fois supérieure aux autres références du marché en termes de temps de réponse et de capacité transactionnelle. Dans le monde industriel l'éditeur a déjà depuis une quinzaine d'années, de nombreuses références comme le groupe Lapeyre, Legrand, Manitou, Leroy Merlin... donc une expérience de la complexité de la gestion commerciale mise en oeuvre depuis 2006 vers les sociétés de service de toutes tailles.

«Nous avons le bon timing au moment où les activités de service cherchent à accroître leur offre». Access Commerce vend 90% en propre complété par des partenariats avec d'autres éditeurs et les SSII. Les solutions Cameleon s'intègrent sur tous types d'environnement ERP, CRM du marché. Les perspectives ? Malgré une conjoncture économique perturbée, Access Commerce vise un relais de croissance dans les secteurs de l'assurance, les télécoms, la finance qui réclament des catalogues facilement personnalisables avec une offre personnalisable par le client final avec des technologies web 2.0. ◀

JL. BENEDINI

C HIFFRES CLES

- Chiffre d'affaires 2007 : 11 Meuros.
- Effectif : 100 personnes.

Trois générations de Cameleon

- 1ère** : gestion de configuration et données pour l'industrie.
- 2ème** : évolution vers l'e-commerce et catalogue électronique pour la distribution spécialisée.
- 3ème** : application de ventes en direct pour les services.

Sud-Ouest Mutualité intègre Cameleon

D'origine tarbaise, Sud-Ouest Mutualité (100 personnes, 40 Meuros de CA) du groupe Apcl a déployé Cameleon en 2007. «Les adhérents ou les prospects peuvent faire leur marché en choisissant la couverture et la garantie complémentaire santé et prévoyance sur mesure adaptée à leur profil et budget parmi 31 millions de combinaisons possibles accessibles sur Internet, en agence, via la plate-forme téléphonique, les courtiers» indique Philippe Gaspel, directeur des services clients.