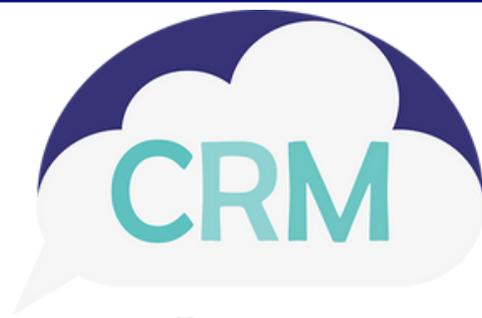


DOSSIER

Projet CRM



Logiciels



Table des matières

Pourquoi investir dans un CRM ?	4
L'atout d'entrer dans l'ère du numérique	4
Un contrôle optimal des interactions clients	4
Mieux connaître tous les goûts des clients	5
Acquérir de nouveaux clients	5
5 questions pour vous aider à choisir votre CRM	6
Quels sont mes besoins ?	6
Quels sont les collaborateurs qui vont utiliser ce logiciel CRM ?	6
Quels sont les logiciels CRM sur le marché ?	7
Quelle est la taille de mon entreprise pour un projet CRM adapté ?	7
Quel est mon budget pour mon projet CRM ?	7
Les 12 fonctionnalités essentielles d'un bon CRM	8
Fonctionnalité CRM essentielle N°1 : le workflow automation ou automatisation des flux de travail	8
Fonctionnalité CRM essentielle N°2 : la personnalisation	9
Fonctionnalité CRM essentielle N°3 : l'intégration de plug-in tierce partie	9
Fonctionnalité CRM essentielle N°4 : la fonction service client	9
Fonctionnalité CRM essentielle N°5 : le suivi des employés	10
Fonctionnalité CRM essentielle N°6 : la gestion des réseaux sociaux	10
Fonctionnalité CRM essentielle N°7 : la gestion des prospects	10
Fonctionnalité CRM essentielle N°8 : l'analyse des données en temps réel	11
Fonctionnalité CRM essentielle N°9 : les fonctions CRM analytiques	11
Fonctionnalité CRM essentielle N°10 : le reporting	11
Fonctionnalité CRM essentielle N°11 : la prévision des ventes	12
Fonctionnalité CRM essentielle N°12 : l'intégration à la messagerie	12
Combien coûte un CRM ?	13
Quelles sont les dépenses à évaluer ?	13
Coût du logiciel	13
Coût du paramétrage	13
Coût de la formation	14

Coût de la maintenance	14
Comment prévoir tous ces coûts ?	14
Dresser un cahier des charges des besoins	14
Prévoir les coûts d'évolution	15
Coût concret d'une solution CRM célèbre : Dynamics 365.....	15
Quels critères pour votre CRM ?.....	16
Pourquoi choisir un CRM ?	16
Comment choisir son CRM ?.....	16
Établissez un cahier des charges de votre SI	17
Etablissez un cahier des charges des besoins.....	17
Consultez vos salariés	17
Prévoyez un budget CRM	17
Quel CRM choisir entre les deux leaders du marché ?	18
Dynamics 365, la solution complète de chez Microsoft	18
Salesforce, l'autre solution CRM américaine	19
Un CRM complet et sécurisé, plébiscité par les entreprises	19

Pourquoi investir dans un CRM ?

Un **logiciel CRM** (Customer Relationship Manager) est une solution de gestion client de plus en plus utilisée par les entreprises qui se digitalisent. En plaçant le client au cœur de la stratégie commerciale, il vous permet d'augmenter vos ventes tout en facilitant la communication. Investir dans un **CRM commercial** par exemple, assure une amélioration de l'expérience de votre client à moindre effort, ce qui augmentera votre rentabilité.



L'atout d'entrer dans l'ère du numérique

L'adoption d'un **logiciel CRM** tel que **Dynamics 365** pour la digitalisation de votre entreprise présente de nombreux avantages en termes d'organisation. Il vous donne l'accès à des outils de suivi de parcours client dans lesquels vous avez un aperçu global, détaillé et systématisé des données récoltées. Ainsi, vous pouvez créer des tableaux de bord pour piloter votre stratégie commerciale. Votre démarche deviendra plus efficace car elle sera adaptée aux besoins de vos clients.

En utilisant un CRM, votre entreprise aura un service client personnalisé et à l'écoute. Le système centralise tous les moyens de contact en une seule plateforme. Cela évite les problèmes de communication que vous avez pu rencontrer dans le passé.

Un contrôle optimal des interactions clients

Doter votre entreprise d'un logiciel CRM vous permet d'améliorer le suivi de votre client grâce à un historique complet et extensif de ses interactions. Vous aurez une trace de qui a acheté quoi, à quel moment et pour quelles raisons, entre autres... Cela vous donne un meilleur contrôle sur l'ensemble du processus de vente.

Comme **un CRM est un logiciel SaaS** (*Software as a Service*), le contrôle peut être fait partout dans le monde et depuis n'importe quel dispositif. Il est stocké dans un cloud en ligne contrairement à d'autres programmes installés localement. Il sera donc accessible à tous les agents de votre société.

Le suivi des interactions donnera de la sécurité à votre client car il aura le sentiment d'être accompagné par vous.

Mieux connaître tous les goûts des clients

Un **outil CRM** récolte l'ensemble des données sur vos clients, ce qui vous permet de mieux cerner leurs préférences. Vous aurez donc une connaissance approfondie de leurs goûts, leurs besoins et leurs envies. Grâce à la puissance de l'[Intelligence Artificielle](#) et du [Business Intelligence](#), vous pouvez devancer les demandes pour mieux répondre à leurs attentes et les fidéliser à chaque étape commerciale. Vous serez capable de proposer des produits complémentaires qui soient tout à fait pertinents.



D'ailleurs, vous aurez le moyen de personnaliser le suivi et faire que votre service soit une expérience unique. Ils seront encore plus contents de rester auprès de vous.

Acquérir de nouveaux clients

Non seulement vous augmenterez la loyauté de vos clients mais ils vous recommanderont à leurs partenaires. Aussi, vous transformerez les leads plus rapidement en vous distinguant par rapport à la concurrence.

Vous aurez les moyens de mieux qualifier les clients potentiels et plus vite. En identifiant votre client type grâce aux données récoltées par votre logiciel CRM, vous pourrez mieux cibler votre clientèle et optimiser l'offre.

Investir dans un système CRM pour votre entreprise contribuera à améliorer votre image de marque.

5 questions pour vous aider à choisir votre CRM

Le **choix d'un CRM** ne doit pas se faire à la légère. En effet, vous risqueriez de vous retrouver avec un outil qui ne vous convient pas. Pour éviter de vous tromper, il est impératif que vous vous interrogiez sur plusieurs aspects en amont. Voici 5 questions qui vous aideront à choisir votre logiciel CRM.



Quels sont mes besoins ?

La spécification des besoins est la première étape à effectuer lorsqu'il s'agit de **choisir son CRM**. Il ne faut pas investir dans cet outil tout simplement parce que les entreprises font de même. Celui-ci doit plutôt répondre à des besoins bien précis.

En définissant vos besoins, vous pourrez vous orienter vers l'outil doté des fonctionnalités permettant de les satisfaire. De cette manière, vous ne risquez pas de choisir un logiciel avec des fonctionnalités superflues ou qui n'en compte pas suffisamment.

Pour identifier efficacement vos besoins, pensez à réunir le maximum de collaborateurs pour qu'ils puissent s'exprimer sur ce qu'ils attendent de la solution. Il est d'ailleurs prouvé qu'impliquer les salariés dès le début d'un projet CRM favorise leur adhésion à ce dernier.

Quels sont les collaborateurs qui vont utiliser ce logiciel CRM ?



L'un des [avantages du CRM](#) est de faciliter les tâches de vos collaborateurs et de leur permettre de gagner du temps grâce à l'automatisation. Pour optimiser le retour sur investissement de cet outil, il est toutefois nécessaire d'en déterminer les fonctionnalités en identifiant les salariés qui seront amenés à l'utiliser. Dans la pratique, il faut diviser les utilisateurs en trois catégories :

- Les collaborateurs qui ne disposeront d'aucun accès au CRM ;
- Les collaborateurs dont l'accès à la solution sera limité à la consultation en vue d'obtenir des informations ;
- Les collaborateurs qui se serviront de l'outil au quotidien et qui l'alimenteront.

Il est nécessaire de prendre en compte l'ensemble des collaborateurs et toutes les fonctions au sein de votre entreprise pour permettre l'adoption du CRM par la majorité.

Quels sont les logiciels CRM sur le marché ?

Vous devez également passer en revue les **logiciels CRM disponibles sur le marché** et ainsi **choisir le CRM** le plus adapté à vos besoins. Le choix étant très large, il est préférable d'opter pour des valeurs sûres comme Salesforce CRM. Cet outil est notamment réputé pour la qualité de son support client.

Si vous recherchez une solution française, Axonaut est susceptible de vous intéresser. Ce CRM SaaS embarque une pléthore de fonctionnalités aussi utiles les unes que les autres.

Microsoft Dynamics 365 CRM est certainement l'un des meilleurs logiciels de gestion de relation client. Cette solution a la particularité de convenir à toutes les entreprises, quelle que soit leur taille. Sa combinaison avec un ERP élargit considérablement ses fonctionnalités. Ce logiciel très simple d'utilisation a par ailleurs l'avantage d'être intégré à la suite Office.

Quelle est la taille de mon entreprise pour un projet CRM adapté ?

Le CRM est un outil efficace pour améliorer les performances commerciales d'une entreprise. Il est toutefois indispensable qu'il soit adapté à sa taille. Chaque **logiciel CRM** est en effet doté de spécificités qui font qu'il peut convenir à certaines entreprises, mais pas à d'autres :

- Si vous gérez un petit commerce ou êtes un travailleur indépendant, le CRM de bureau est la solution idéale ;
- Le logiciel CRM de groupe de travail représente une solution intéressante si vous êtes une petite entreprise (pas plus d'une douzaine de collaborateurs) ;
- Le CRM en ligne est l'outil qu'il vous faut si vous êtes une grande entreprise. Cela dit, cette solution peut également répondre aux besoins des PME ;
- Pour les grands groupes, le CRM d'entreprise est l'outil le plus adapté.

Quel est mon budget pour mon projet CRM ?

Le **budget CRM** est un autre point sur lequel vous devez vous pencher lors du choix d'un logiciel de gestion de relation client. Il est conseillé de l'établir en se basant sur le nombre d'utilisateurs. Les prix pratiqués sur le marché étant très variables, pensez à faire une comparaison.

N'oubliez pas qu'il sera nécessaire de former vos collaborateurs pour qu'ils puissent s'appropriier le **logiciel CRM**. Le coût de la formation doit aussi être intégré dans votre budget. Il peut sensiblement varier selon le nombre de formations et leur durée.

Les 12 fonctionnalités essentielles d'un bon CRM



Si vous êtes à la recherche d'un nouveau logiciel de gestion de la relation client (CRM) ou si vous souhaitez mettre à niveau votre solution CRM actuelle, vous devriez rechercher ces 12 fonctionnalités avant d'acheter.

Les **solutions de gestion de la relation client** (CRM) ne se contentent pas d'organiser les contacts et d'agir comme un rolodex numérique. Avec les bonnes fonctionnalités, les logiciels de CRM peuvent également vous aider à stimuler vos ventes en gardant un œil sur vos clients, du suivi des leads à la conclusion de la vente et à la fidélisation de la clientèle. Ces éléments ne sont qu'une partie des [avantages CRM](#) qu'il est possible de tirer d'un tel outil. Il peut également vous faire gagner beaucoup de temps et d'argent grâce à l'automatisation des forces de vente.

Voici 12 fonctionnalités CRM à rechercher dans votre futur logiciel.

Fonctionnalité CRM essentielle N°1 : le workflow automation ou automatisation des flux de travail

Les **logiciels de CRM** peuvent vous faciliter la vie en automatisant votre flux de travail. Recherchez un logiciel qui vous permette de définir des règles personnalisées et qui soit doté de l'automatisation des forces de vente pour vous aider, vous et votre équipe, à être plus productifs.

En utilisant des règles, vous pouvez configurer votre logiciel CRM pour qu'il exécute automatiquement une action spécifique en fonction de déclencheurs ou d'événements, par exemple :

- Lorsqu'un client potentiel remplit un formulaire de contact sur votre site Web, le **logiciel CRM** dirige automatiquement le message vers le bon représentant ou service commercial.
- Lorsqu'un représentant commercial reçoit un message, le logiciel CRM envoie automatiquement une réponse prédéfinie pour accuser réception du message.
- Si un lead, un prospect ou une opportunité ne répond pas à votre message ou à votre proposition, le logiciel CRM envoie automatiquement un message de suivi après un délai prédéfini

Fonctionnalité CRM essentielle N°2 : la personnalisation

Il n'existe pas deux entreprises identiques, c'est pourquoi le meilleur **logiciel de CRM** peut répondre aux besoins uniques de votre entreprise.

Certaines solutions CRM vous permettent de choisir les [fonctionnalités CRM](#) à inclure dans votre pack, et d'autres vous permettent également de personnaliser les zones de base, comme les capacités d'ajouter des champs de contact, de choisir les données à afficher sur votre tableau de bord et de créer des rapports personnalisés. Vous pouvez également personnaliser votre logiciel à l'aide d'extensions, de plug-ins et d'autres modules complémentaires pour en étendre les capacités.

Fonctionnalité CRM essentielle N°3 : l'intégration de plug-in tierce partie



La connexion de votre logiciel CRM à d'autres solutions que vous utilisez déjà peut vous faire gagner beaucoup de temps et d'argent. La plupart des programmes CRM proposent des intégrations de logiciels tiers ; l'essentiel est d'en choisir une qui soit compatible avec le logiciel que vous utilisez et facile à mettre en œuvre. Par exemple, le célèbre logiciel de CRM [Dynamics 365 Sales](#) intègre nativement une connexion à LinkedIn.

Fonctionnalité CRM essentielle N°4 : la fonction service client

Un **logiciel de CRM** peut vous aider à acquérir et à fidéliser des clients en fournissant un excellent service à la clientèle. Recherchez les **fonctionnalités CRM** suivantes qui permettront à vos représentants commerciaux et à votre équipe de support client de donner le meilleur d'eux-mêmes :

- Une vue complète à 360 degrés des clients qui montre tout ce qu'il y a à savoir sur un client dès le premier contact.
- Un suivi automatique de tous les points de communication, de l'acquisition de prospects aux ventes conclues et à l'historique des ventes.
- Un enregistrement tous les incidents, les visites de sites Web, les historiques d'achat etc.
- ...

Fonctionnalité CRM essentielle N°5 : le suivi des employés

Les **logiciels de CRM** sont un excellent moyen de suivre l'activité et les performances des employés. Choisissez un logiciel qui donne aux employés leurs propres comptes où ils peuvent suivre individuellement leurs heures, tâches, réunions, chiffres de vente, objectifs et autres éléments.

Fonctionnalité CRM essentielle N°6 : la gestion des réseaux sociaux

Un CRM doté de fonctions intégrées de surveillance des médias sociaux peut faire gagner du temps à votre équipe marketing, car elle n'aura pas à changer de plateforme pour effectuer la tâche essentielle de surveillance des médias sociaux de votre entreprise.



Fonctionnalité CRM essentielle N°7 : la gestion des prospects

La **fonctionnalité CRM** de gestion des leads vous aidera à identifier vos leads et les actions qu'elles ont entreprises tout au long du cycle de vente. Grâce au processus de gestion des leads, vous serez en mesure d'évaluer vos leads et, si nécessaire, de les transmettre à un autre membre de votre équipe pour transformer certaines leads en clients.

Parfois, les prospects morts restent dans un CRM pendant des semaines ou des mois. Un directeur des ventes intelligent reste au courant des leads et redistribue les leads tièdes ou froids à différents membres de son équipe pour les relancer.



Fonctionnalité CRM essentielle N°8 : l'analyse des données en temps réel

Les **outils CRM** peuvent tirer des données en temps réel des appareils, des applications et même des appareils.

Voici quelques avantages de l'extraction de données en temps réel :

- Décisions marketing liées au SEA améliorées (connaissance du prix des enchères, etc.)
- Vision instantanée de la demande du marché
- Identification des produits et services qui génèrent le plus de revenus, et ceux qui en génèrent le moins

Fonctionnalité CRM essentielle N°9 : les fonctions CRM analytiques

Les **analyses CRM**, également connues sous le nom d'analyses de la clientèle, offrent un aperçu des données relatives aux clients. Ces données sont importantes, car elles peuvent vous aider à prendre de meilleures décisions sur les types de produits, de services, de marketing et de communication globale que vous distribuez à vos clients.

Recherchez ces analyses spécifiques dans un CRM :

- Segmentation des clients simple à lire et à comprendre
- Données claires sur les pertes et profits pour vous aider à déterminer votre ROI
- Analyses web informatives qui illustrent l'utilisation du site web par les clients et leurs comportements

Fonctionnalité CRM essentielle N°10 : le reporting

Le reporting est la **fonctionnalité CRM** qui rassemble les résultats de vos efforts de vente et de marketing, et il est fourni en standard avec tous les CRM que nous avons étudiés. Plus vous avez accès à ces types de rapports, mieux c'est :

- Nombre de prospects
- Nombre de ventes générées
- Nombre d'appels sortants effectués
- ...

Fonctionnalité CRM essentielle N°11 : la prévision des ventes

Un **CRM doté de cette fonctionnalité** prédit vos ventes futures sur la base des données de votre pipeline actuel. Vous devrez peut-être modifier votre plan marketing en fonction des prévisions de ventes. Les prévisions de ventes peuvent également anticiper les changements du marché afin d'atténuer les risques pour votre entreprise.

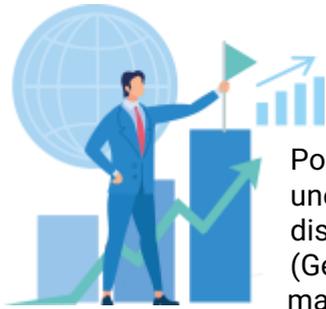


Fonctionnalité CRM essentielle N°12 : l'intégration à la messagerie

Le suivi des e-mails par le biais d'une boîte de réception traditionnelle peut devenir accablant et déroutant.

Une **fonctionnalité de messagerie dans un CRM** permet à vos commerciaux de rester organisés et productifs. Ils peuvent intégrer leurs calendriers pour planifier des rendez-vous et engager des prospects et des clients en conséquence.

Combien coûte un CRM ?



Une estimation précise de votre coût CRM contribue à optimiser vos campagnes marketing.

Pour y parvenir, faites un tour d'horizon des postes de dépense. Toute une aventure qui vous amènera à comparer les offres de logiciels CRM disponibles sur le marché. Le plus important est d'avoir un outil GRC (Gestion de la relation client) cadrant parfaitement avec vos outils marketing.

Quelles sont les dépenses à évaluer ?

La question de savoir combien coûte un logiciel CRM est totalement légitime. Pour cela, il y a de nombreux éléments à prendre en compte car personne ne peut vous donner le coût exact de votre projet CRM, mais nous vous pouvons vous aider à établir un aperçu des dépenses à évaluer.

Pour vous éviter de bien de mauvaises surprises, songez à évaluer préalablement votre **coût CRM**. Il vous suffit d'analyser l'ensemble des postes de dépenses.

Coût du logiciel

Votre **budget CRM** final sera déterminé par le mode d'acquisition. Ménagez votre trésorerie en optant pour la location en Cloud. En effet, vous n'aurez pas à acheter une licence. La location vous permet, en prime, de mettre en œuvre rapidement votre solution CRM.

Bien que coûteux (une moyenne s'établissant à 2 000 euros), l'achat de licence CRM présente aussi des avantages non négligeables. Une option qui n'implique forcément pas une infrastructure lourde, ni tout un bataillon de techniciens en charge de la maintenance de l'outil CRM. Sur ce point, faites davantage d'économie en confiant la gestion de la partie infrastructure à un prestataire dédié.

Coût du paramétrage

Votre **coût CRM** inclut aussi celui du paramétrage. Une opération qui consiste notamment en la mise en œuvre du volet automatisation (du concept marketing automation), la personnalisation des champs, ou encore l'intégration de l'ensemble des outils marketing (logiciel emailing, ERP, chatbots...). Le paramétrage vise ainsi à trouver la meilleure configuration, selon les fonctionnalités et **logiciels CRM** activés. Enfin, à titre indicatif, cette intervention coûte en moyenne 2 500 euros (mode SaaS).

Coût de la formation

Le coût de la formation s'avère aussi inévitable en termes de logiciels ERP. Pour une prise en charge rapide et optimale, mieux vaut ainsi dispenser une formation complète à vos collaborateurs. Un mal pour un bien : une fois initiés, ils pourront se contenter de simples cours en ligne pour se mettre à niveau.

Coût de la maintenance

De nombreux éditeurs proposent, en option, la maintenance de vos outils CRM. Un poste de dépense supplémentaire qui vous donne néanmoins droit à tout un lot de services. En moyenne, la maintenance de votre logiciel CRM avoisine les 800 euros.



Comment prévoir tous ces coûts ?

La prévision de ces coûts est essentielle à la réussite de votre projet CRM. Si certaines entreprises basent leur calcul sur le prix à la journée, le mieux est d'avoir une estimation du **coût CRM** total. Une solution qui passe par l'établissement des cahiers des charges de vos besoins, ainsi que par l'estimation des coûts d'évolution.

Dresser un cahier des charges des besoins



Pour avoir les contours précis de votre projet, dressez un cahier des charges CRM. Les éditeurs de solutions CRM s'y référeront pour chiffrer le **coût CRM** avec précision. Vous gagnerez davantage en finesse, en constituant un groupe dédié (incluant notamment votre chef d'entreprise et quelques décisionnaires influents) à votre projet CRM.

Prévoir les coûts d'évolution

Dans vos calculs, pensez aussi aux incontournables coûts d'évolution CRM. Intégrer régulièrement des mises à jour vous assurera un logiciel CRM évoluant en phase avec les attentes de la clientèle. Un dispositif au service de vos politiques de fidélisation : vous parviendrez à vos objectifs en termes de satisfaction client, en jouant sur les fonctionnalités (intégration / activation / désactivation).

Coût concret d'une solution CRM célèbre : Dynamics 365

Optez pour le [Dynamics 365 CRM](#) est le meilleur moyen de rentabiliser votre **coût CRM**. Une solution qui se décline en formats adaptés à tous les besoins en outils CRM.



Vous êtes un Customer Data Platform ? Faites l'acquisition de votre première application Dynamics 365 dès 1 265 euros par client/mois. Pour la mise à niveau, comptez un peu plus de 840 euros par client/mois. Si vous achetez votre outil CRM en tant qu'application autonome (Customer Voice), le **coût CRM** commence à 168,70 euros par client / mois.

Quels critères pour votre CRM ?

Tablez sur de nombreux **critères CRM** (Customer Relationship Management) pour assommer la concurrence. L'on parle d'un logiciel GRC (Gestion de la Relation Client) destiné, à l'origine, à optimiser le service client et le suivi de la clientèle. Grâce à de nouvelles fonctionnalités, le CRM contribue à différents niveaux à améliorer les performances de votre entreprise. Un outil multicanal qui vous permet, à travers l'ensemble des points de contact (email, chatbots, chat...), d'enrichir votre base de données clients.



Pourquoi choisir un CRM ?

De multiples **critères CRM** vont conférer un caractère adéquat à votre logiciel de gestion de la relation client. Parmi eux, il faut compter des fonctionnalités vous permettant de recueillir des informations essentielles à vos campagnes marketing. Elles vous seront d'ailleurs d'une grande aide pour mener à bien vos actions marketing. Dans la pratique, en centralisant les données clients, la solution CRM en simplifie l'analyse. Vous aurez d'ailleurs sous les yeux toute une kyrielle d'indicateurs de performance.

Chose certaine : un logiciel CRM vous permet une meilleure connaissance client, élément essentiel pour mieux adapter vos produits et services. Votre service marketing parviendra à coup sûr à la satisfaction client, avec en prime la capacité d'anticiper les évolutions des attentes et celles du marché.

Un des principaux **avantages du CRM** est aussi de simplifier le suivi d'activité. De nombreux **logiciels CRM** proposent, par exemple, un tableau de bord vous permettant de connaître l'état d'avancée de vos activités. Vous bénéficiez également d'autres **critères CRM** cruciaux, pour ne citer que le taux de transformation, ou bien le taux performances.

Comment choisir son CRM ?



En vous appuyant sur certains **critères CRM**, vous trouverez à coup sûr le logiciel CRM adapté. Le mieux est d'affiner votre choix par référence à un cahier des charges SI, à un cahier des charges de vos besoins, ainsi qu'à l'ensemble de vos collaborateurs.

Établissez un cahier des charges de votre SI

Pour établir un cahier des charges de votre SI, commencez par choisir entre l'acquisition ou le mode SaaS. La seconde option vous permet de ménager votre trésorerie. Une alternative à l'acquisition d'une licence de logiciel CRM, souvent hors de prix. Votre base de données clients sera hébergée sur un serveur intégrateur, moyennant un abonnement (annuel ou mensuel).

En second lieu, optimisez votre relation-client, en paramétrant votre logiciel CRM suivant les indicateurs de votre entreprise. Cette personnalisation vise aussi à intégrer le marketing automation. Il s'agit ici d'automatiser certaines tâches chronophages et à faible valeur ajoutée (emailing, FAQ, SAV...). Grâce à l'automatisation des tâches courantes, votre service marketing pourra se focaliser pleinement sur son cœur de métier, à savoir la vente.

Etablissez un cahier des charges des besoins

Un cahier des charges des besoins vous permet aussi d'identifier les **critères CRM** à prendre en compte. La première chose à faire est de constituer un groupe dédié à votre [projet CRM](#). Parmi les membres, on doit compter votre chef d'entreprise et quelques décisionnaires influents.

Consultez vos salariés

Vos salariés ont leur mot à dire, quant aux solutions CRM à adopter. L'idée est de fluidifier la phase d'adaptation. Une fois l'outil CRM déployé, pensez aussi à recueillir les feed-backs de vos utilisateurs. Vous pourrez ainsi calibrer au mieux votre logiciel, en tenant compte des principaux indicateurs, comme le taux de fidélisation ou le chiffre d'affaires.

Prévoyez un budget CRM

Selon les **critères CRM** choisis, établissez un budget CRM précis. Prévoyez surtout des évolutions budgétaires, allusion faite aux incontournables mises à jour. Les éditeurs de solutions CRM les déploient, afin de mettre votre logiciel en phase avec l'évolution des attentes de la clientèle. Vous disposerez ainsi de nouvelles fonctionnalités pour optimiser davantage votre relation-client.

A terme, vous pourrez aussi miser sur des solutions Cloud de type CRM Microsoft Dynamics. Des outils CRM disponibles en mode SaaS, ce qui n'implique pas forcément un budget conséquent. D'ailleurs, nul besoin de revoir l'ensemble de vos **critères CRM**, pour adopter cette solution garant d'efficacité et de sécurité.

Quel CRM choisir entre les deux leaders du marché ?



Le CRM est un ensemble de solutions offertes l'entreprise pour assurer la gestion de la relation avec sa clientèle. Ainsi, une **solution CRM** regroupe des outils qui recensent, traitent et analysent des informations liées à la clientèle ou au futur prospect. Par la suite, le CRM développe des solutions pour améliorer de façon pérenne la relation clientèle tout en améliorant la productivité de l'entreprise, et en rationalisant les procédures. Ce process demande à l'entreprise une maîtrise technique. Aujourd'hui, pour stocker un plus grand nombre d'informations, le CRM a recours à des solutions SaaS qui offrent une utilisation des programmes ou des serveurs à distance. Retour sur les éléments à retenir pour bien [choisir son CRM](#) parmi les deux CRM leaders sur le marché : **Dynamics 365** de chez Microsoft et Salesforce.

Dynamics 365, la solution complète de chez Microsoft

Parmi les CRM leader sur le marché, Microsoft propose une solution avec **Dynamics 365**. Le principal point clé de la solution Microsoft est sa force à proposer plusieurs éditions. Le géant Américain a mis en place deux éditions pour adapter sa solution Dynamics 365 en fonction de la taille de l'entreprise qui l'utilise. Ainsi, Dynamics 365 Business est destiné pour les entreprises comportant jusqu'à 250 salariés et Dynamics 365 Enterprise est réservé pour les sociétés allant au-delà de 250 salariés.

Pour aller plus loin, chaque édition dévoile de nombreuses licences établies pour chaque métier de l'entreprise. Dynamics 365 prévoit des outils aussi bien pour le service marketing, le service commercial que pour le service client ou les ressources humaines. Afin de s'adapter aux entreprises, Microsoft a conçu Dynamics 365 de manière à s'intégrer dans sa suite Office et plus particulièrement Office 365. Microsoft répond également à la demande de traitement à distance avec un service [CRM SaaS](#) utilisable avec son cloud Azure.



Salesforce, l'autre solution CRM américaine

Salesforce est un autre géant américain de l'édition de logiciel qui propose sa **solution CRM**. La solution au nom de l'entreprise développe également de nombreux points forts. Le CRM Salesforce s'organise autour de 5 modules principaux reprenant les forces vives de l'entreprise. Ces 5 modules sont Sales Cloud (ventes), Service Cloud (SAV), Marketing Cloud (marketing), Community Cloud (réseau social d'entreprise) et App Cloud (plateforme de développement d'applications personnalisées). Salesforce rend efficace sa solution également par une solution SaaS. Cette solution est hébergée sur le cloud d'Amazon Web Services (AWS), un cloud externe à Salesforce. Enfin, l'entreprise américaine met en avant sa force de frappe dans le monde entier avec près de 150 000 utilisateurs conquis par sa solution CRM.

Un CRM complet et sécurisé, plébiscité par les entreprises

Alors comment l'entreprise fait son choix parmi ses deux mastodontes du **logiciel CRM**. Son intérêt est de gagner en productivité tout en assurant une gestion de la relation clientèle de manière efficiente. Pour y arriver, chaque service de l'entreprise est un acteur clé de cette réussite et doit pouvoir bénéficier d'outil performant. L'offre [Microsoft Dynamics 365 CRM](#) offre une solution complète qui regroupe le nombre de licences recherchées par une entreprise. Salesforce a concentré son action sur 5 secteurs-clés de l'entreprise, ce qui pose certaines limites dans certaines organisations. Enfin, la sécurité des données est aussi une priorité pour les entreprises. En ne sous-traitant aucune de ses activités, comme le SaaS, Microsoft remplit des conditions plus sûres que Salesforce qui fait appel à Amazon par exemple. Un dernier point qui démontre l'avantage de Microsoft devant son concurrent Salesforce.

