

NEWS LETTER

edito

La présente édition de notre lettre d'informations est intégralement placée sous le signe de la 'market intelligence'. Nous sommes convaincus que le décisionnel commercial est indispensable dans le contexte de marché concurrentiel que nous connaissons aujourd'hui. Nous constatons dès lors que des business analysts tels Toon van der Werf (page 2) et Wilfried van Wel (page 3) gagnent sans cesse en importance là où, par le passé, on parlait surtout de marketing et de ventes. Voyez plutôt par vous-même le regard que ces business analysts jettent sur le marché et comment ils impriment une direction à leur organisation.

Pierre Mercier

Segmentez pour améliorer votre productivité commerciale!

Lorsque votre organisation ne s'adresse pas uniquement à de grands comptes mais se concentre aussi sur les petites et moyennes entreprises, une mise en oeuvre adéquate de vos ressources commerciales revêt une importance toute spéciale. Aborder ce marché exige en effet de procéder à une bonne segmentation de telle sorte que vous soyez sûr de déléguer le bon commercial, au bon moment, vers le bon client. Chacun ne cherche-t-il pas une plus grande efficacité?

▼ Intelligence décisionnelle

Provoquée à la fois par un changement de la démarche commerciale, désormais orientée vers les petites et moyennes entreprises, et par le fléchissement des marges, cette tendance qui caractérise aujourd'hui le monde du marketing ne cesse de gagner en importance. Une telle approche marketing garantit de meilleurs résultats. Les chances de succès s'accroissent, de même que le ROI (retour sur investissement) des activités de marketing. Toutefois, le succès de la démarche exige des informations fiables et perti-

nelles si l'on veut correctement appréhender et segmenter le marché. On constate dès lors que les spécialistes en « Market Intelligence » jouent un rôle de plus en plus stratégique. Une analyse de marché approfondie permettra d'identifier le bon segment.

▼ Evitez le « hors piste »

Pour mettre en place une approche "intelligente", il vous faudra avant tout disposer des bonnes informations au bon moment. Cette information et ces connaissances, vous les trouverez dans une base de données à jour. Une plus grande réserve de données décisionnelles ("intelligence") vous permettra de générer des *leads* de qualité. Vous pourrez ainsi améliorer la productivité de vos commerciaux. Les sociétés qui prospectent recherchent moins la quantité que la qualité. Vos équipes commerciales ont besoin de *leads* sur lesquels ils ont une forte chance de l'emporter. Il faut cesser de perdre son temps « hors piste »!



Le décisionnel marketing, comme point de départ

Dans les lignes qui précèdent, nous en sommes déjà venus à la conclusion que le rôle des analystes métier ne cesse de prendre de l'importance. Il est en effet important de traduire données et faits en informations et connaissances. Ce n'est qu'alors que le décisionnel marketing pourra servir de point de départ et que les analystes métier pourront définir la stratégie ad hoc.

▼ Une meilleure adéquation

Toon van der Werf est l'un de ces 'business analysts', employé comme tel par Getronics PinkRoccade. Lui aussi souligne l'importance des analystes métier dans le monde des affaires qui est aujourd'hui le nôtre. "Jusqu'en 2001, nous évoluions, nous aussi, dans un marché en plein essor. Il était alors aisé



Toon van der Werf,
Business Analyst,
Getronics PinkRoccade

de convaincre les clients de la valeur de nos produits. Mais, comme tout le monde, nous avons vécu le retournement complet de situation d'où est née la nécessité de se mettre davantage à l'écoute des souhaits et exigences du client. Nous procédons à une analyse du marché et de la position que nous y occupons en nous appuyant sur des principes marketing, puisque c'est cela que le marché attend de nous. En combinant diverses sources d'informations – internes et externes –, nous sommes en mesure de déterminer les domaines-phares adéquats et d'identifier les prospects les plus prometteurs".

▼ Combinaison de sources

Outre la base de données de Computer Profile, Toon van der Werf sollicite une grande variété de sources d'informations, telles Gartner, Forrester, Dun & Bradstreet ou encore les informations de CBS. "Avant d'accepter une information en tant que vérité, nous comparons les sources entre elles", souligne Toon van der Werf. "Cette combinaison nous permet de dégager une certaine récursivité et logique. Nous nous en servons pour piloter la politique marketing à mener, que ce soit au niveau stratégique, tactique ou opérationnel". Et Toon van der Werf de conclure: "Toute organisation prestataire de services devrait transposer ainsi la théorie marketing dans la pratique et choisir une stratégie marketing globale. Ce n'est qu'à cette condition que les organisations peuvent encore se différencier sur le marché de la concurrence".

Telecom statistics

PBX	NL	BeLux	Sum.	MOBILE OPERATOR	NL	BeLux	Sum.
SIEMENS	1 460	1 243	2 703	KPN MOBILE	3277	3	3280
ALCATEL	184	926	1 110	PROXIMUS	3	2843	2846
ERICSSON	399	560	959	VODAFONE	1376	1	1377
PHILIPS	560	350	910	MOBISTAR	4	1255	1259
NORTEL	410	166	576	T-MOBILE	203		203
AVAYA - TENOVIS	455	362	817	DEBITEL	192		192
MATRA	189	203	392	BASE	1	134	135
LUCENT	217	78	295	TELFORT	112		112
ASCOM-TIMEP	50	220	270	ORANGE	103	8	111
				WAN-LINK			
PBX 5 YEARS OR OLDER	3 017	2 392	5 409	VPN	3906	3016	6922
VOIP	625	466	1 091	LEASED LINE	2340	1968	4308
				FDDI	795	432	1227
WIRELESS NETWORKS	1 323	1 128	2 451	ISDN	350	229	579
				FRAME RELAY	278	254	532
				MPLS	111	118	229

success story

SAP et ses partenaires réagissent plus vite grâce aux informations de marché

Voici quelques années déjà que SAP fait porter le gros de ses activités sur le segment médian du marché (*mid-market*). Wilfried van Wel, directeur Business Development, estime que des contacts directs sont importants pour ce segment. "Ce marché est tellement spécifique et diversifié qu'il est nécessaire de bien en saisir toutes les composantes afin de le servir efficacement".



Wilfried van Wel,
Manager Business Development, SAP.

Est-ce là la principale raison qui vous a incité à recourir à la base de données?

"Très certainement. Nous désirons approcher les divers secteurs qui composent le marché médian de manière très ciblée, en utilisant le message approprié. En interne, nous avons eu des discussions sur l'ampleur des marchés et la nature du paysage. Dans le même temps, le souhait d'approcher le marché de manière dynamique, pro-active, par le biais du télémarketing, fut l'une des raisons qui nous a poussés à recourir à Computer Profile au début 2004. Computer Profile a d'ailleurs intégré dans sa base de données, pour nos besoins, un tableau spécifique comportant des variables SAP. En outre, la base de données et les résultats des actions de télémarketing peuvent être visualisés par le biais d'une solution uniforme unique".

Pourquoi mettre l'accent sur le télémarketing?

"Le télémarketing est LE moyen d'établir le contact avec les bons interlocuteurs et de vérifier ce qui se passe au sein des organisations et des secteurs visés. Grâce à l'application de télémarketing en-ligne (CLM), nous-mêmes et

nos partenaires connaissons la situation des campagnes. Nos partenaires y ont accès parce qu'ils jouent un rôle crucial dans le processus de génération de *leads* (opportunités) et dans la démarche commerciale. Ce sont d'ailleurs eux qui assurent la livraison et l'implémentation des solutions.

A propos de SAP

SAP EST LE PLUS IMPORTANT FOURNISSEUR DE LOGICIELS D'EUROPE ET FIGURE PARMIS LES TROIS PRINCIPAUX ÉDITEURS DE LOGICIELS AU MONDE. SAP EST LE CHEF DE FILE DANS LE DOMAINE DES SOLUTIONS LOGICIELLES DE GESTION. À L'HEURE ACTUELLE, PLUS DE 28.200 SOCIÉTÉS UTILISENT LES LOGICIELS DE SAP. GRÂCE À SES SOLUTIONS, LES UTILISATEURS ET LES ENTREPRISES AMÉLIORENT LES RELATIONS AVEC LEURS CLIENTS ET PARTENAIRES, RATIONALISENT LEURS ACTIVITÉS ET RÉALISENT DES GAINS D'EFFICACITÉ SIGNIFICATIFS AU SEIN DE LEUR CHAÎNE LOGISTIQUE. CES SOLUTIONS S'ALIGNENT SUR LES NORMES DE QUALITÉ LES PLUS STRICTES ET AIDENT LES ENTREPRISES, PETITES OU GRANDES, À PRÉSERVER UNE LONGUEUR D'AVANCE SUR LEURS CONCURRENTS.

UN SITE À VISITER: WWW.SAP.COM/COMMUNITY/BELGIUM

Latest news

▼ EMIG : un an plus tard

Voici plus d'un an, Computer Profile jetait les premières bases d'un réseau européen de fournisseurs de bases de données. Nous ne sommes guère restés les bras croisés tout au long de cette année. La base de données européenne répertorie aujourd'hui 160.000 sites avec 700.000 personnes de contact. Désormais, de nombreuses grandes organisations ont recours à cette base de données européenne et une interface uniforme unique a été installée. Les données provenant des Pays-Bas, de Belgique, de France, d'Allemagne, de Suisse, d'Autriche, d'Angleterre, d'Espagne et d'Italie y sont pour l'instant reprises.

Et ce n'est là qu'un début. Nous nous sommes en effet donnés pour objectif d'offrir à nos contacts un nombre croissant de perspectives internationales. C'est ainsi que nous aurons cartographié, d'ici la fin 2005, le Top 5000 des sites scandinaves et que nous sommes aussi en train de développer la base de données pour l'étendre à l'Europe centrale (Pologne, Tchéquie, Slovaquie et Hongrie).

Recherchez-vous le bon partenaire pour étendre vos activités au-delà des frontières ? Vous avez désormais la possibilité d'étendre géographiquement votre abonnement local et ce, à des conditions très avantageuses.

▼ EMIG inaugure son propre site Web

Le European Market Intelligence Group a récemment inauguré son propre site Web. Son adresse: www.emi-group.com. Vous trouverez sur ce site de plus amples informations concernant EMIG, ses activités, la base de données européenne et tous les autres partenaires faisant partie du réseau. Nous vous invitons à le visiter ou à prendre contact avec nous afin de mieux explorer les possibilités que vous offrent ces informations européennes.



www.computerprofile.com



Computer Profile bvba
Horizon Park 6
Leuvensesteenweg 510 nr 45
1930 Zaventem
Belgium
Tel: +32 (0)2 720 51 33
Fax: +32 (0)2 720 11 48



Computer Profile Nederland bv
Saksen Weimarplein 6
4818 LD Breda
The Netherlands
Tel: +31 (0)76 522 94 30
Fax: +31 (0)76 520 19 75

Création et production: Size Communication
Rédaction: MarcomMIT