

Communiqué de presse

## **Salesforce.com inaugure un nouveau chapitre sur le marché du CRM en dévoilant Service Cloud 2**

*8.000 entreprises ont déjà standardisé leur approche autour de Service Cloud comme Extra Space Storage, NJ TRANSIT ou Plantronics*

*Lancement d'innovations majeures telles que Salesforce Knowledge (première solution KaaS au monde Knowledge as a Service) ; Salesforce Answers (base de connaissances communautaires) et disponibilité générale de Salesforce for Twitter*

*Pour la première fois, les entreprises peuvent offrir à leurs clients une qualité d'expérience incomparable grâce à une meilleure productivité des agents et à une visibilité en temps réel des conversations ayant lieu « partout dans le nuage »*

Paris, le 15 septembre 2009

Salesforce.com [NYSE :CRM], le leader du cloud computing pour l'entreprise, annonce le prochain chapitre de la révolution du service client avec Service Cloud 2. Annoncée dès le mois de janvier, cette solution de service client de nouvelle génération permet de décupler la qualité du service offert en réduisant les coûts grâce à la richesse de l'expertise communautaire. Depuis son lancement, Service Cloud connaît une progression remarquable avec plus de 8.000 clients et un accueil enthousiaste de la part des professionnels. Service Cloud proposera également des produits totalement inédits sur le marché du service client comme : SalesforceKnowledge, la première base de connaissance pour le cloud computing ; Salesforce Answers, offrant une approche révolutionnaire des communautés et forums de discussion ; Salesforce pour Twitter, permettant aux entreprises de superviser les conversations Twitter et d'y participer. Le marché des applications de service client est une opportunité majeure pour salesforce.com puisque, selon l'IDC, il représentera 4,2 milliards \$ en 2012<sup>[1]</sup>.

### **Service Cloud 2 – Succès client et dynamique de marché pour un nouveau standard du service client**

- 8.000 entreprises comme Extra Space Storage, NJ TRANSIT et Plantronics ont déjà standardisé l'approche de leurs opérations de service client sur Service Cloud – un chiffre connaissant une croissance annuelle de 175 %.
- Selon une récente étude indépendante, les entreprises qui utilisent Service Cloud augmentent le taux de satisfaction client de 28 %, réduisent le volume d'appels de 25 % et améliorent le taux de résolution au premier appel de 30 %, la productivité du service et du support de 37 % et la fidélisation client de 26 %.
- Salesforce.com fait partie du « Carré des leaders » du « Magic Quadrant » de Gartner dédié aux centres de contact de support de client CRM<sup>[2]</sup>.

<sup>[1]</sup> Voir : « Worldwide CRM Apps Forecast 2008-2012. » Déc. 2008.

<sup>[2]</sup> Magic Quadrant for CRM Customer Service Contact Centers par Michael Maoz, avril 2009

- Depuis janvier 2009, l'environnement Service Cloud a remporté de multiples distinctions : « Prix d'excellence CRM » (TMCnet 2009), « Innovation Award » (Network Products Guide 2009), « Service Leader Rising Star Award » (CRM Magazine), « IP Contact Center Technology Pioneer Award » (meilleur service de centre de contact IP). Il fait également partie du Top 100 de KMWorld pour la gestion de connaissances.

### **Salesforce Knowledge – Première solution KaaS (*Knowledge-as-a-Service*) du monde**

Un an après le rachat d'Intranet, salesforce.com proposera bientôt la première base de connaissances « multi-tenant » jamais conçue pour le cloud computing construite sur la technologie Force.com et offrant les fonctionnalités suivantes :

- **Déploiement accéléré** – Les entreprises pourront déployer leur base de connaissances Salesforce Knowledge en seulement quelques jours en l'ouvrant aux appareils mobiles comme aux sites Web publics – et comme toujours sans aucune installation ni administration de logiciels ni matériels.
- **Résultats immédiats** – Les équipes de service client disposeront d'un puissant outil pour trouver immédiatement les bonnes réponses et offrir un service client réellement intégré et d'une qualité incomparable.
- **Accessibilité Google** – Grâce aux dernières fonctionnalités de Force.com – et plus particulièrement Force.com Sites – les entreprises pourront « publier » leurs connaissances en ligne afin que leurs clients puissent les consulter sur l'Internet public ou à travers des moteurs de recherche tels que Google.
- **Personnalisation simplifiée** – Les utilisateurs pourront rapidement et simplement déployer des changements et des personnalisations de la base de connaissances pour répondre aux besoins dynamiques et évolutifs de leur entreprise.
- **Mise à jour automatique** – Les innovations produites seront automatiquement éditées trois fois par an – comme toujours, sans que les clients n'aient à se soucier d'une éventuelle incompatibilité avec d'autres logiciels ou matériels.
- **Solution sécurisée et éprouvée** – Les entreprises pourront bénéficier de tous les avantages de sécurité, de fiabilité et d'extensibilité de l'infrastructure mondiale éprouvée de salesforce.com.

### **Salesforce Answers – « La sagesse des foules »**

Les centres de service client s'appuient traditionnellement sur les seules connaissances « produites » par l'entreprise en se privant de la prolifération de compétences accessibles sur le Web. Les réseaux sociaux et autres sites communautaires constituent en effet une précieuse source de connaissances en tant que lieu de débat et d'échange sur des problèmes atypiques, nouveaux cas d'utilisation, bonnes pratiques, etc.

Conçue sur la technologie Service Cloud, la solution Salesforce Answers offrira une expérience en ligne incomparable en permettant aux entreprises de capitaliser sur l'« expertise du nuage » pour apporter la bonne réponse à leurs clients. Salesforce Answers intègrera les fonctionnalités suivantes :

- **Initialisation du dialogue** – Création de sites Web complets et personnalisables pour faciliter les dialogues de type question/réponse et encourager la communauté à y participer à travers des avis, commentaires et appréciations.
- **Connaissance universelle** – Fonctionnalité de filtrage des connaissances Salesforce Answers directement dans la base de connaissances Service Cloud pour offrir aux clients, agents et partenaires l'accès aux meilleures connaissances disponibles.

- **Intégration Facebook** – Les entreprises pourront créer une communauté Salesforce Answers directement à partir de leur page Facebook et bénéficier ainsi des connaissances de ses quelque 250 millions d'utilisateurs.
- **Création de communautés client dynamiques** – En combinant d'autres fonctionnalités de Service Cloud (comme Salesforce Ideas), les entreprises pourront créer des communautés client dynamiques et interactives.

### Salesforce for Twitter – Rejoindre des conversations en temps réel sur Twitter

Twitter est une plate-forme gratuite où chaque utilisateur peut répondre en 140 caractères à la question : « Que faites-vous en ce moment ? » et diffuser sa réponse à sa communauté. Ces « tweets » ou micro-messages peuvent porter sur n'importe quel sujet, notamment sur des entreprises, marques ou produits spécifiques. Dans un monde d'omniprésence d'Internet – avec une forte demande d'interaction en temps réel – Salesforce for Twitter et Service Cloud offrent aux entreprises un moyen simple de rejoindre les conversations de service client qui se déroulent en temps réel sur Twitter, en proposant les fonctionnalités suivantes :

- **Recherche en temps réel sur Twitter** – Outil de recherche parmi les millions de Tweets mis en ligne sur Twitter chaque minute pour trouver les conversations les plus pertinentes.
- **Supervision des problèmes de service sur Twitter** – Après avoir identifié le Tweet recherché, l'entreprise peut capturer, superviser et suivre la conversation dans Service Cloud.
- **Participation aux conversations Twitter** – Salesforce for Twitter offre aux entreprises la possibilité de devenir des participants actifs sur Twitter en rejoignant les conversations – directement depuis Service Cloud.
- **Création d'un réseau de support Twitter** – Les clients peuvent diffuser des Tweets sur leurs problèmes de service client et créer instantanément un cas dans Service Cloud. Lorsqu'un cas est créé, les entreprises peuvent mettre en œuvre leurs processus métier internes pour l'adresser aux agents de support les plus compétents.
- **Fourniture de connaissances en temps réel** – Salesforce for Twitter assure le retour de connaissances spécialisées dans la communauté Twitter en diffusant les Tweets directement à partir de la base Service Cloud.

### Commentaires sur les nouveautés :

- « Avec Service Cloud 2, salesforce.com démontre la puissance du cloud computing dans l'univers du service client après avoir révolutionné celui de la vente... Le marché du service client reste en effet ralenti par les technologies traditionnelles alors même que les deux-tiers des interactions de service ont déjà lieu dans le "nuage" ou à travers des réseaux sociaux... Il est grand temps de changer ! Nous assistons à une dynamique très prometteuse sur ce marché qui pourrait bien offrir à salesforce.com son prochain milliard de dollars... », se félicite Marc Benioff, Président et CEO de salesforce.com.
- « De plus en plus d'entreprises utilisent Twitter comme un outil intelligent pour tisser des liens particuliers, proches et immédiats avec le public. Nous nous réjouissons de collaborer avec salesforce.com, qui permet aux entreprises de rejoindre les millions de conversations qui ont lieu chaque minute sur le Web », indique Evan Williams, CEO de Twitter.
- « La base de connaissance de Service Cloud permettra d'obtenir les meilleures réponses à un problème donné, en puisant dans l'expertise de 45 millions d'utilisateurs de Twitter et 250 millions d'utilisateurs de Facebook. L'environnement Service Cloud constitue une avancée significative dans le networking social car il aide les entreprises à récolter tous les bénéfices des conversations en temps réel et des connaissances émanant de la communauté universelle et à en tirer parti », explique Denis Pombriant de Beagle Research.
- « Salesforce Knowledge et Service Cloud sont des vecteurs majeurs de productivité des agents et de satisfaction client et une démonstration incontestable de la puissance du cloud computing », résume Kimberly Jansen de Misys Banking Systems.

- « Grâce à salesforce.com et au cloud computing, Comcast-Spectacor est devenu un leader par la qualité de ses relations avec ses abonnés "Flyers" et "76ers". Service Cloud et Salesforce for Twitter nous ont en effet permis de nous connecter directement à nos clients à travers Twitter et à intégrer ces conversations en temps réel à notre stratégie de service », se félicite Mark DiMaurizio de Comcast-Spectacor.

### **Prix et disponibilité**

- Salesforce Knowledge sera tarifé au prix de 50 \$ par agent et par mois pour les clients de salesforce.com et sera disponible au quatrième trimestre de l'année fiscale 2010.
- Salesforce Answers est actuellement en phase « pilote » et sera disponible au premier trimestre 2011.
- Salesforce for Twitter est disponible dès aujourd'hui sans supplément de prix sur Force.com AppExchange pour les utilisateurs des éditions Professional, Enterprise et Unlimited.

### **Ressources de support**

- Pour plus d'informations, consultez <http://www.salesforce.com/servicecloud2>
- Retrouvez salesforce.com sur Twitter @salesforcenews

### **A propos de Salesforce.com**

Salesforce.com est la société leader de Cloud Computing d'entreprise. Le portfolio d'applications SaaS de la société, dont une solution de CRM récompensée par le marché, est disponible à l'adresse : <http://www.salesforce.com/fr/products>, a révolutionné la façon dont les clients gèrent et partagent leurs informations professionnelles via Internet. Force.com, la première plateforme à la demande du marché (ou PaaS), permet aux clients, développeurs et partenaires de créer de nouvelles applications puissantes à la demande et d'apporter tous les bénéfices du multi-tenant et du Business Web dans toute l'entreprise. Les applications de Force.com, disponible à l'adresse : <http://www.force.com/fr/>, sont facilement partagées, échangées et installées en quelques clics via le répertoire d'AppExchange disponible à l'adresse <http://www.salesforce.com/appexchange/>.

Au 31 juillet 2009, salesforce.com gère les données clients d'environ 63 200 entreprises parmi lesquelles Allianz Commercial, Dell, Dow Jones Newswires, Japan Post, Kaiser Permanente, KONE, and SunTrust Banks. Tous les services et toutes les fonctionnalités qui ne sont pas encore sur le marché et qui ont été annoncés dans ce communiqué de presse ou lors d'une annonce publique ne sont pas encore disponibles et peuvent ne pas l'être du tout, ou ne pas être distribués dans les délais évoqués. Les clients qui souhaitent acheter des applications de salesforce.com doivent faire leur choix à partir des fonctionnalités qui sont déjà disponibles. Basée à San Francisco, salesforce.com possède des bureaux en Europe et en Asie. La société est cotée au New York Stock Exchange sous le libellé "CRM". Pour plus d'informations, veuillez vous rendre à l'adresse : <http://www.salesforce.com/fr> ou appeler le 00800 7253 3333.

Copyright (c) 2009 salesforce.com, Inc. All rights reserved. Salesforce and the "no software" logo are registered trademarks of salesforce.com, inc., and salesforce.com owns other registered and unregistered trademarks. Other names used herein may be trademarks of their respective owners.

### **Contacts presse RUMEUR PUBLIQUE**

Salima Aït Meziane

tel. 01 55 74 52 23 - Email : [salima@rumeurpublique.fr](mailto:salima@rumeurpublique.fr)

Stéphanie Muthélet

tel. 01 55 74 52 28 – Email : [stephanie@rumeurpublique.fr](mailto:stephanie@rumeurpublique.fr)

