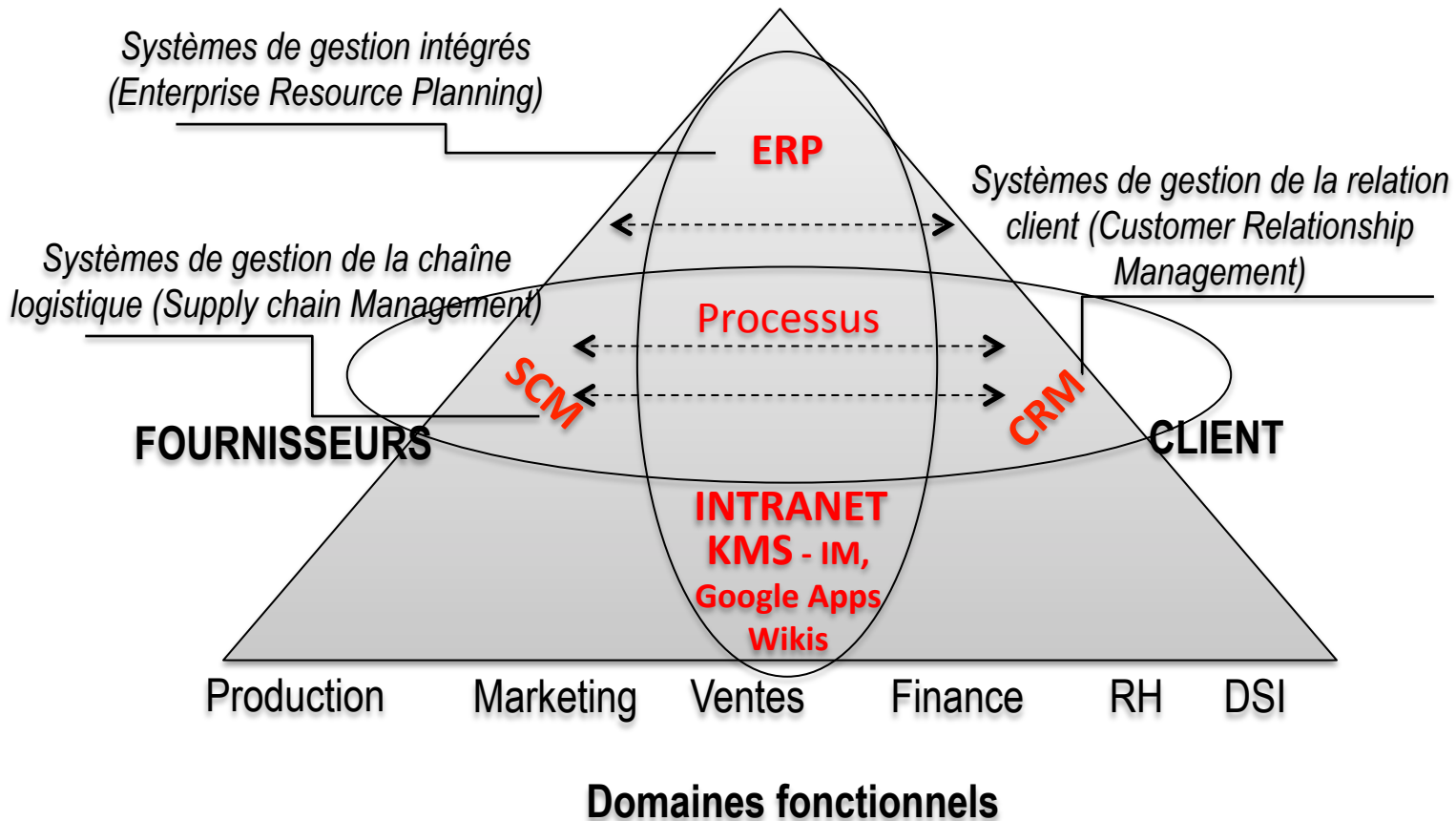


SEANCE 3

Vue d'ensemble des applications de gestion d'entreprise



Plan : Portefeuille d'application des SI

1. ERP : Enterprise Resource Planning

- Fonctionnement d'un système ERP
- Caractéristiques et apports d'un ERP
- Périmètre d'un ERP et principaux modules intégrés

2. CRM : Gestion de la relation client

- Vers une vision consolidée du client
- Fonctionnement d'un système CRM
- Les modules intégrés dans un CRM

3. Facteurs d'échec et de succès des systèmes ERP et CRM

Emergence des ERP

- Emergence des Progiciels de Gestion Intégrés (ERP) au milieu des années 90'



- Solution potentielle pour répondre aux problèmes de gestion rencontrés dans l'entreprise.

Qu'est-ce qu'un ERP ?

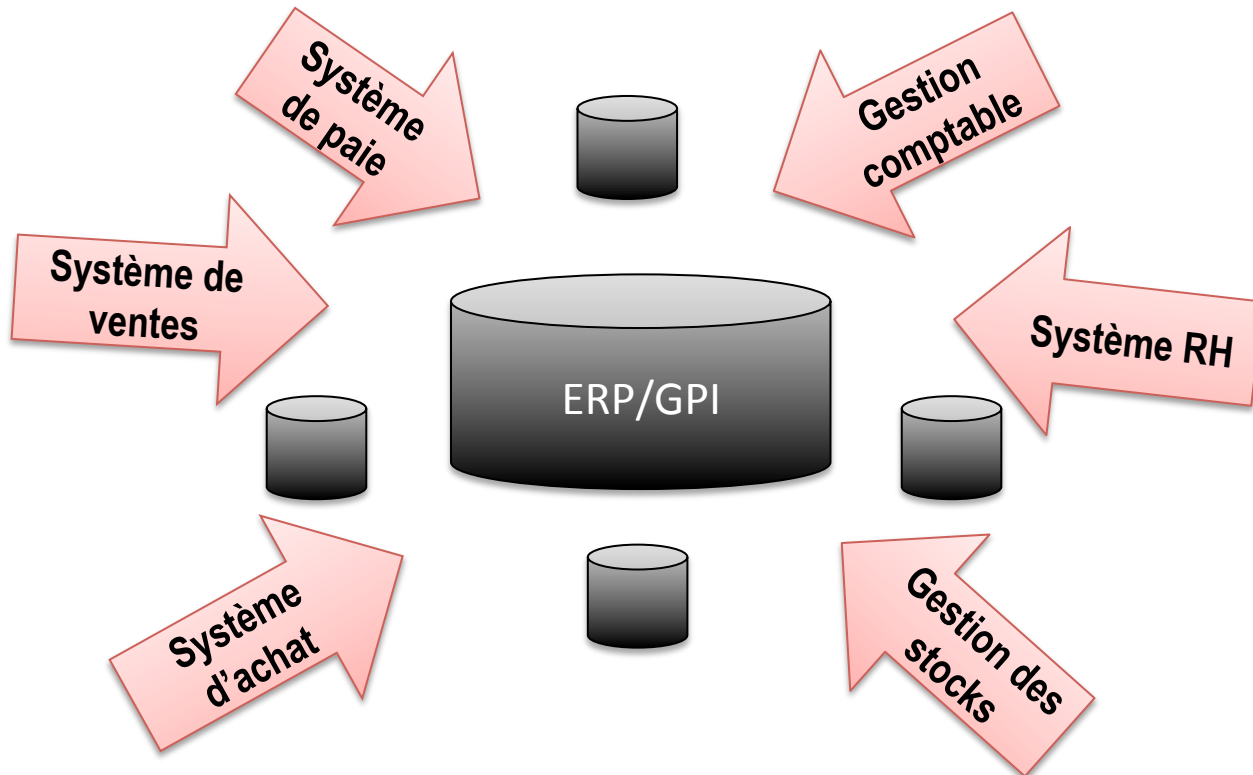
ERP

**« Ensemble de logiciels
intégrant les principales fonctions nécessaires
à la gestion des flux (processus) et procédures de l'entreprise
(comptabilité et finances, logistique, paie et ressources humaines, etc.).**

**Tous ces logiciels accèdent à des ressources communes,
en particulier des bases de données. »**

ERP: Evolution des systèmes de gestion de l'entreprise

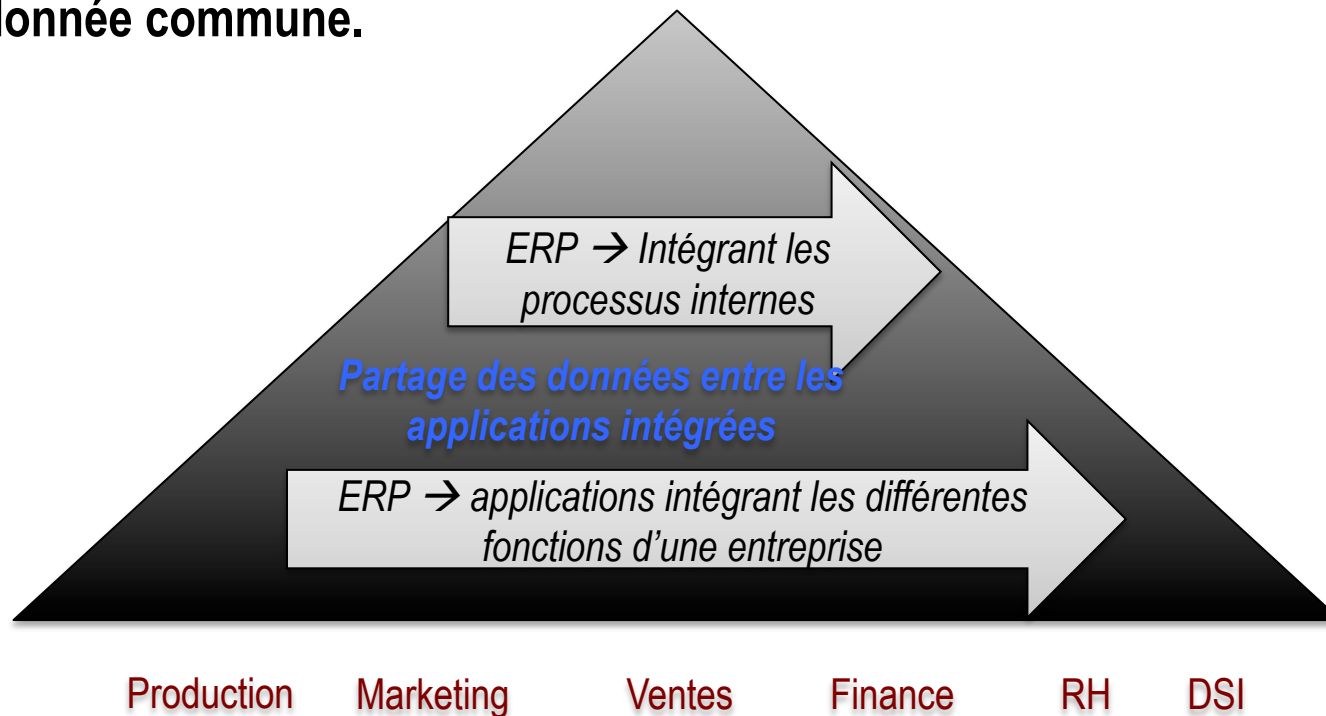
- L'ERP permet d'intégrer l'ensemble des processus / fonctions d'une entreprise



- Applications diverses partageant une base de données commune.

ERP: Evolution des systèmes de gestion de l'entreprise

- Construire des applications informatiques (paie, comptabilité, gestion de stock, des achats...) de manière modulaire tout en partageant une base de donnée commune.

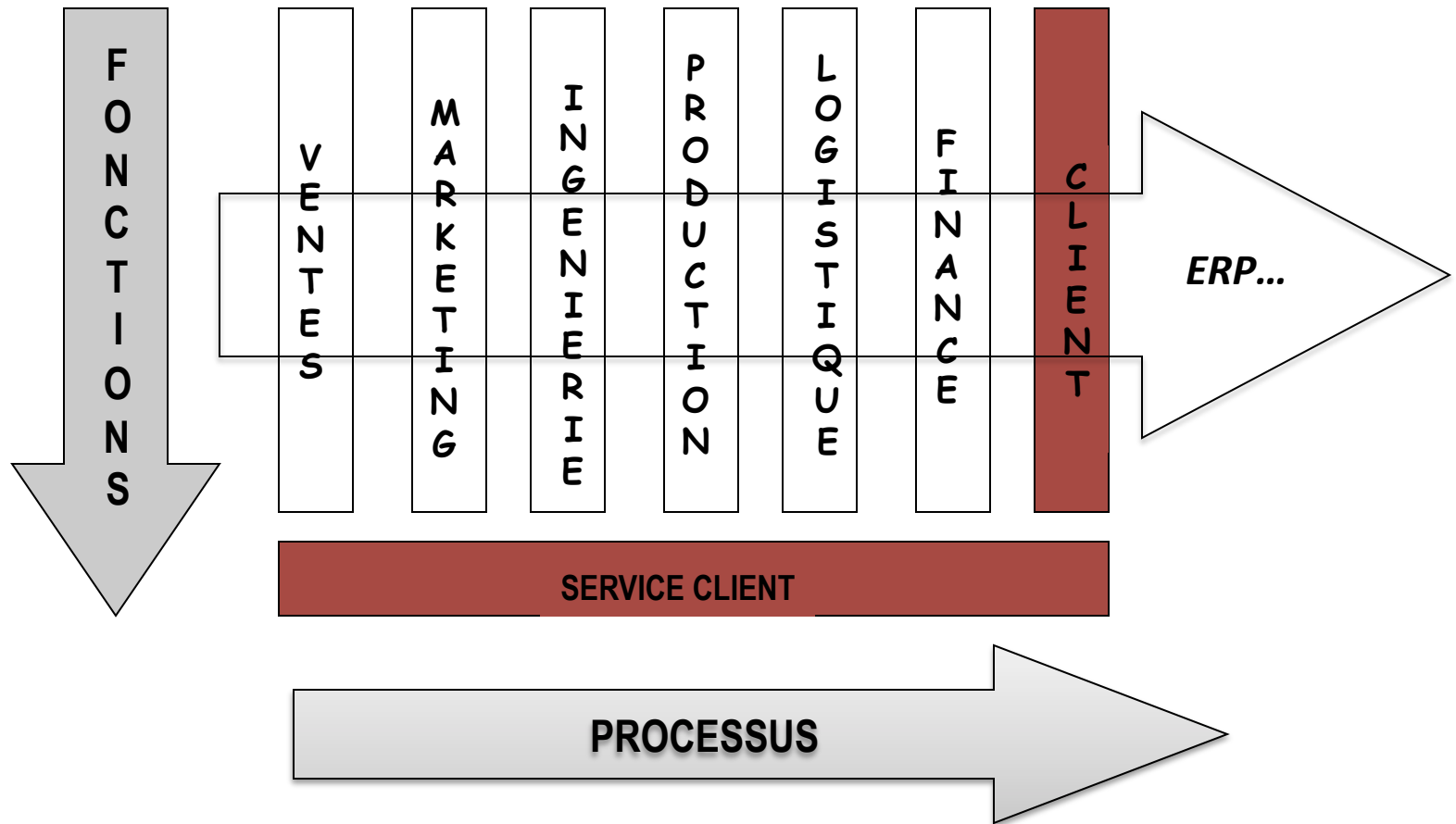


- Solution transversale : coordonner l'ensemble des activités d'une entreprise autour d'un même système d'information.

Caractéristiques d'un ERP

- L'ERP est issu d'un **concepteur unique**.
- **Modularité** : en cas de modification d'un module, l'information est mise à jour en temps réel dans l'ensemble des autres modules intégrés
- **L'unicité des informations** : centralisation des données de l'entreprise selon des règles de sécurité communes
- **Possibilité d'interopérabilité** entre l'ERP et d'autres applications existantes au sein ou à l'extérieur de l'entreprise.

Caractéristiques d'un ERP



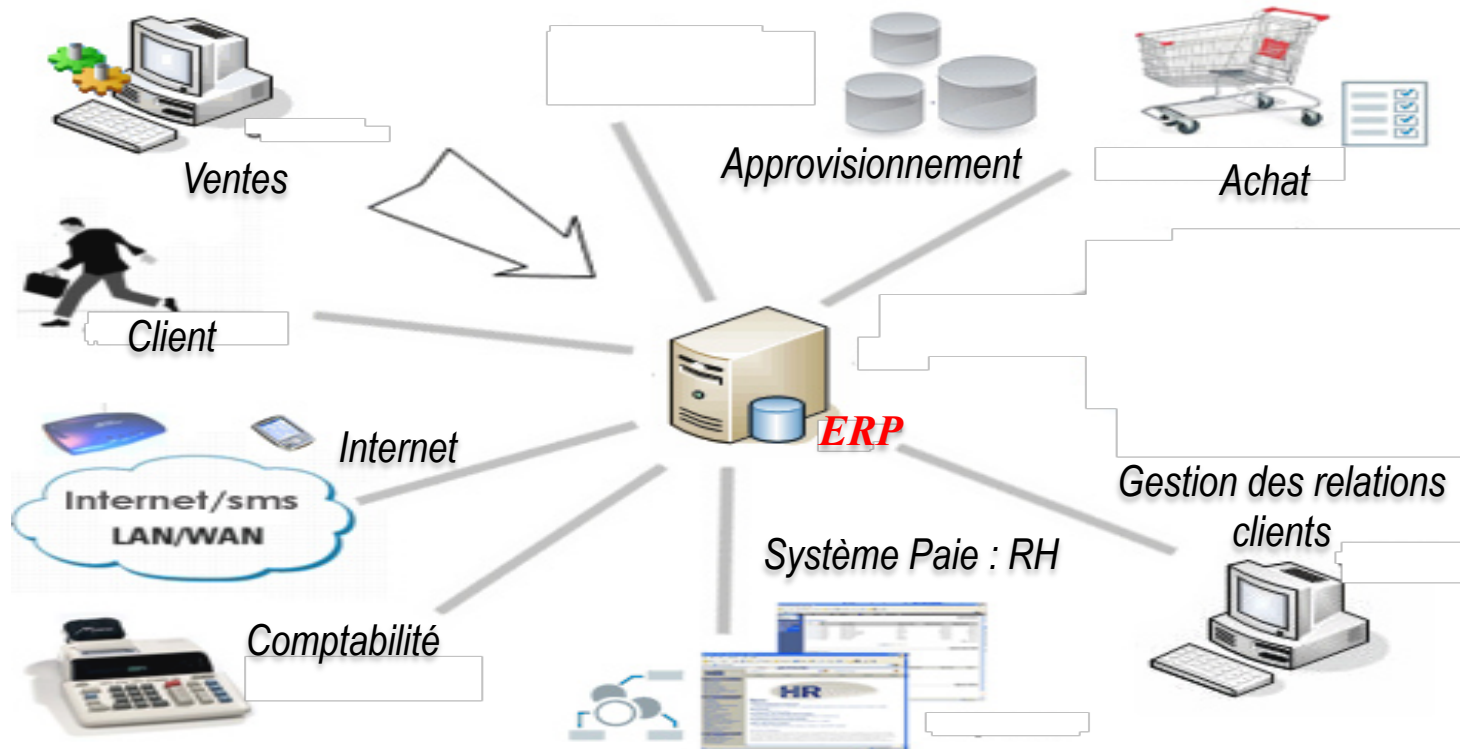
Intégrer fonctions et processus internes

Périmètre d'un ERP – Organisation modulaire

→ Un ERP doit intégrer au minimum deux modules fonctionnels

Principales familles de modules	Principaux modules
<i>Production</i>	<i>Gestion du matériel, planification de la production, ventes et distribution, gestion de l'inventaire....</i>
<i>Finance</i>	<i>Écritures de ventes et d'achats, contrôle de gestion, gestion des investissements, Trésorerie,...</i>
<i>Ressources Humaines</i>	<i>Gestion de la rémunération, gestion des employés, gestion de la paie, gestion des compétences, suivi de carrières,</i>

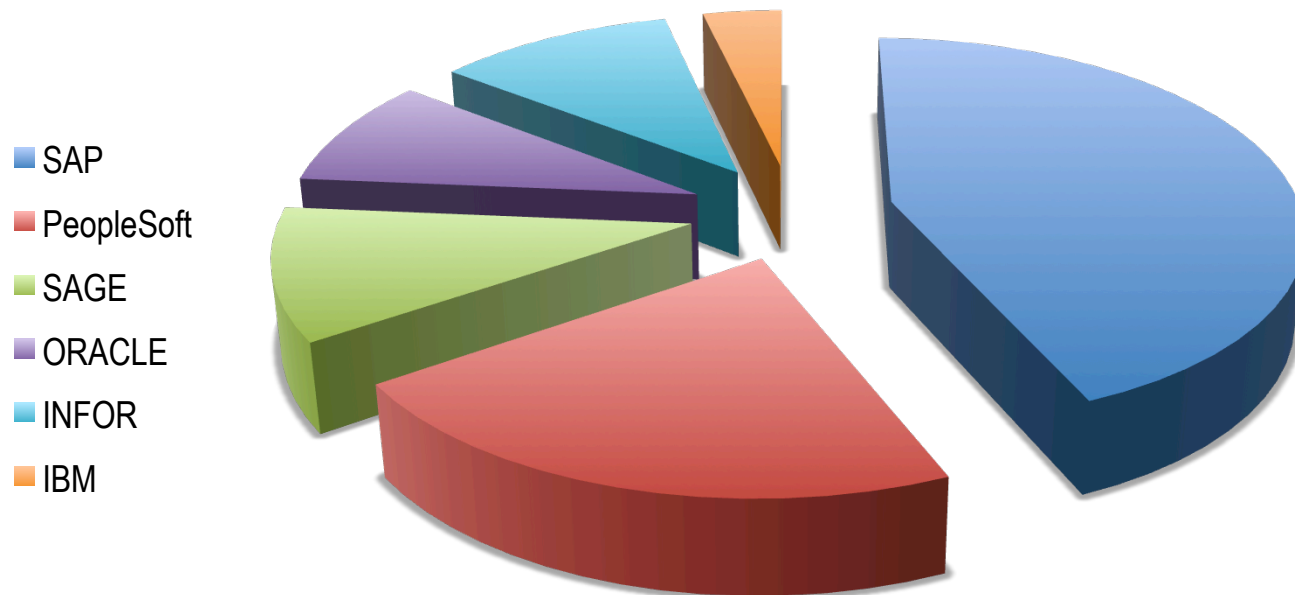
Périmètre d'un ERP : Possibilité d'intégration des différentes fonctions



- *Un SI intégré incluant les données des différentes fonctions/activités de l'entreprise*

Editeurs de PGI: des grandes entreprises aux PME

Parts du marché – éditeurs ERP

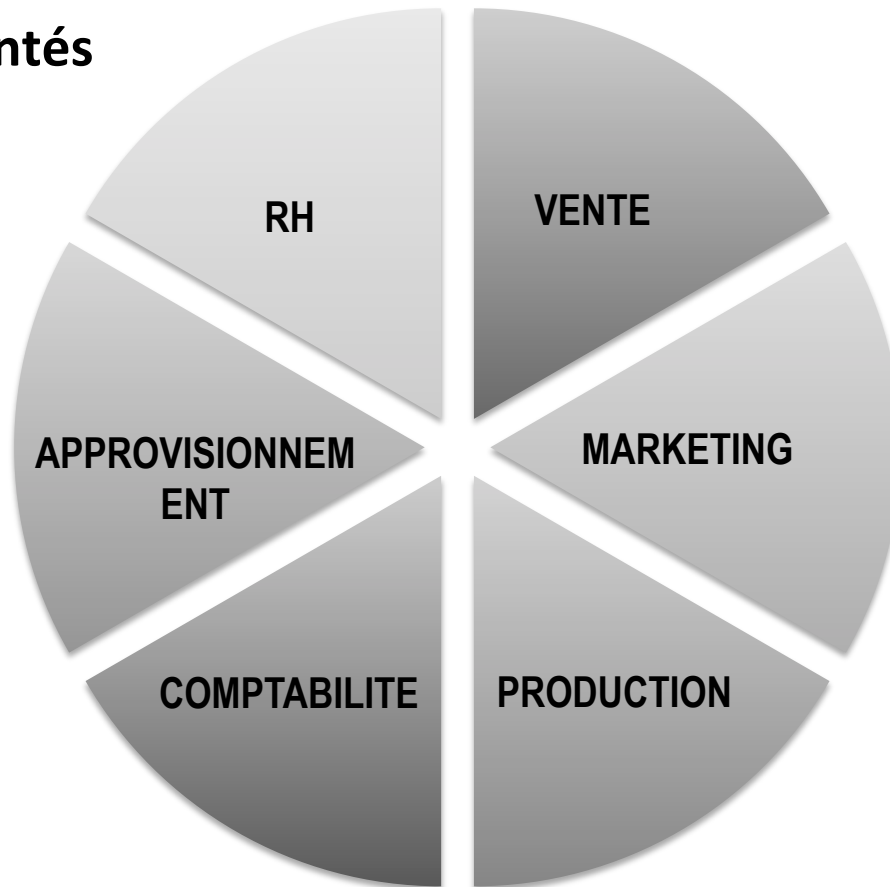


[Market Share Analysis: ERP Software, Worldwide, étude publiée en 2014](#)

Si la part de vente de licences d'ERP décroît, celle des prestations de services augmente (Unilog, Cap Gemini,....)

Avant le développement des ERP ...

SI fragmentés



Inconvénients

Erreurs de saisie

Redondance

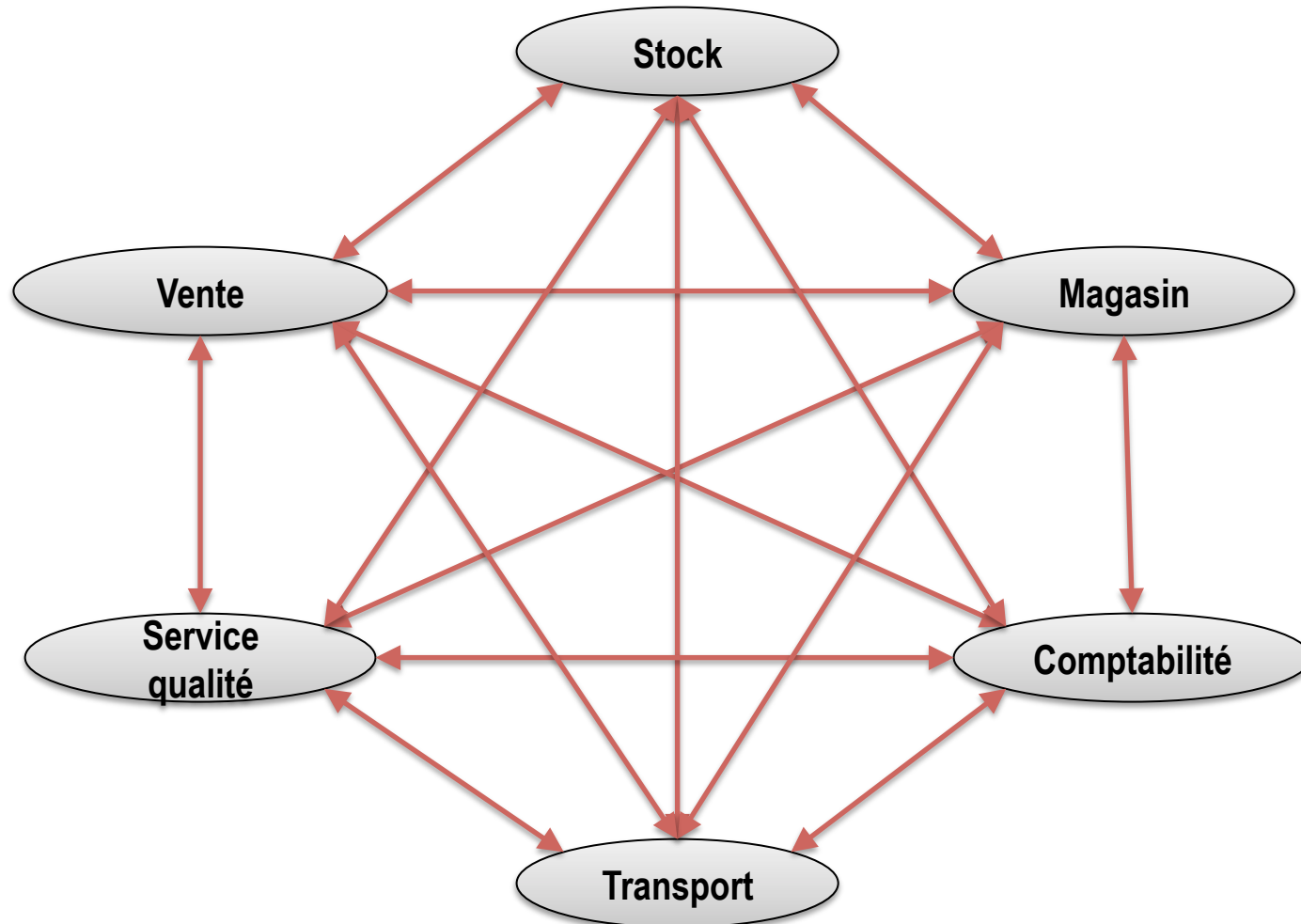
Stockages multiples

Données manquantes

Données non actualisées

Perte de temps/ inefficacité

Avant le développement des ERP ...

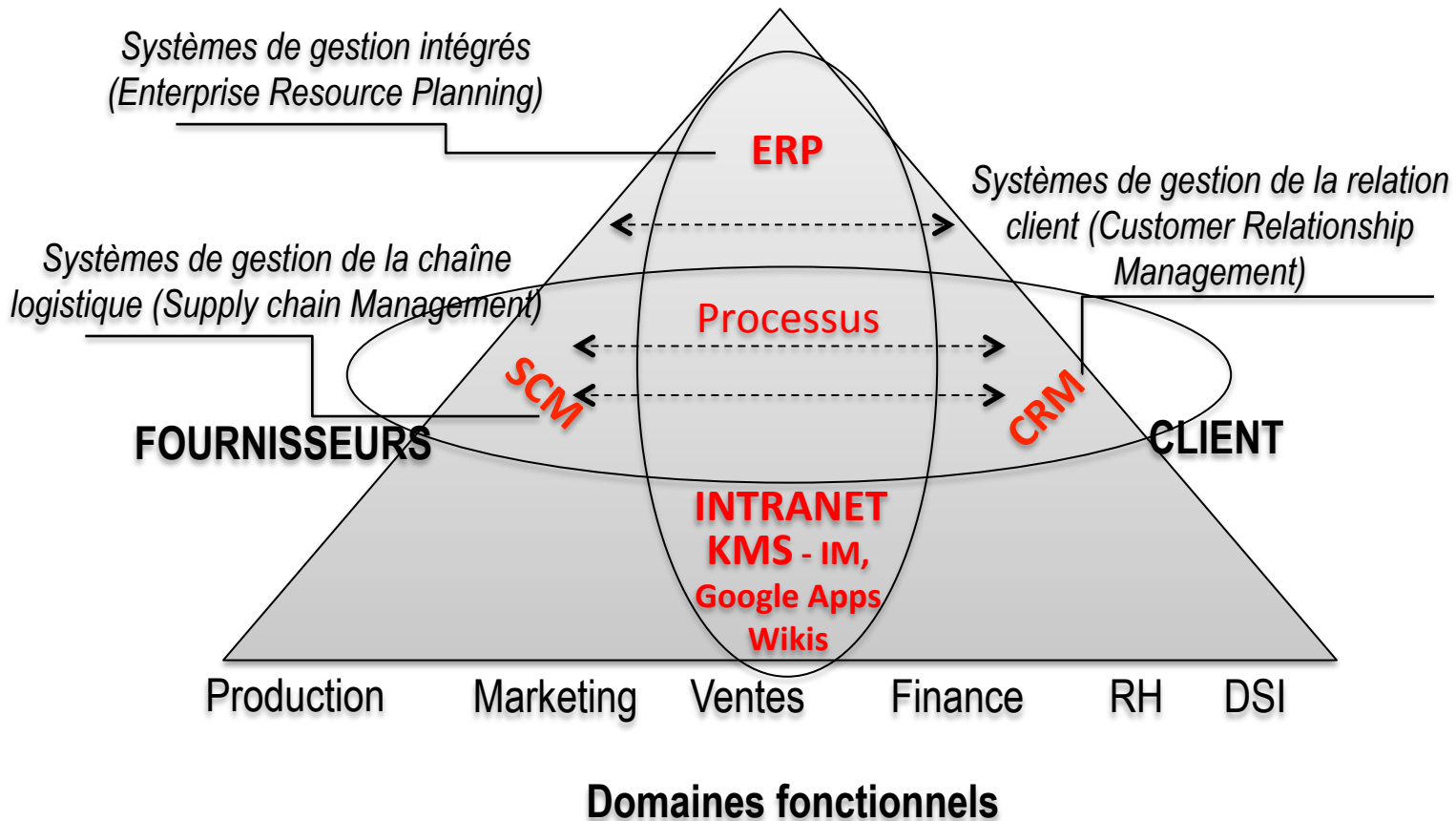


Le SI « plat de spaghettis » reliant les fonctions de l'entreprise

Pourquoi investir dans un ERP ?

- Eliminer les redondances d'informations au niveau des différents SI
- Assurer une meilleure cohérence au niveau du flux d'information
- Assurer une meilleure coordination entre les différents services et un suivi des processus
- Consolider les applications diverses de l'entreprise réduire les coûts de maintenance
- Gagner en efficacité et améliorer la productivité des équipes.

Vue d'ensemble des applications de gestion d'entreprise



Vers le marketing relationnel

L'ère de la production
1850-1920

*Faible attention aux
besoins des clients et
actions des
concurrents*

Il suffit de produire

L'ère de la vente
1940

*Focalisation sur la
publicité et la
« persuasion » des
consommateurs*

*Il faut vendre ce que
l'on a produit*

L'ère du marketing
1970

*Recherche des besoins
des clients avant la
conception et la
fabrication des
produits*

*Il ne faut produire que
ce que l'on peut vendre*

Marketing relationnel
1990

*Mise en œuvre de
stratégies pour
conserver les clients
acquis*

*Il faut attirer de nouveaux
clients et surtout les
conserver*



SI et marketing relationnel

PME



- Possibilité de connaître personnellement ses clients
- Possibilité de les rencontrer en face à face, d'avoir leur feedback

Entreprise Nationale et internationale

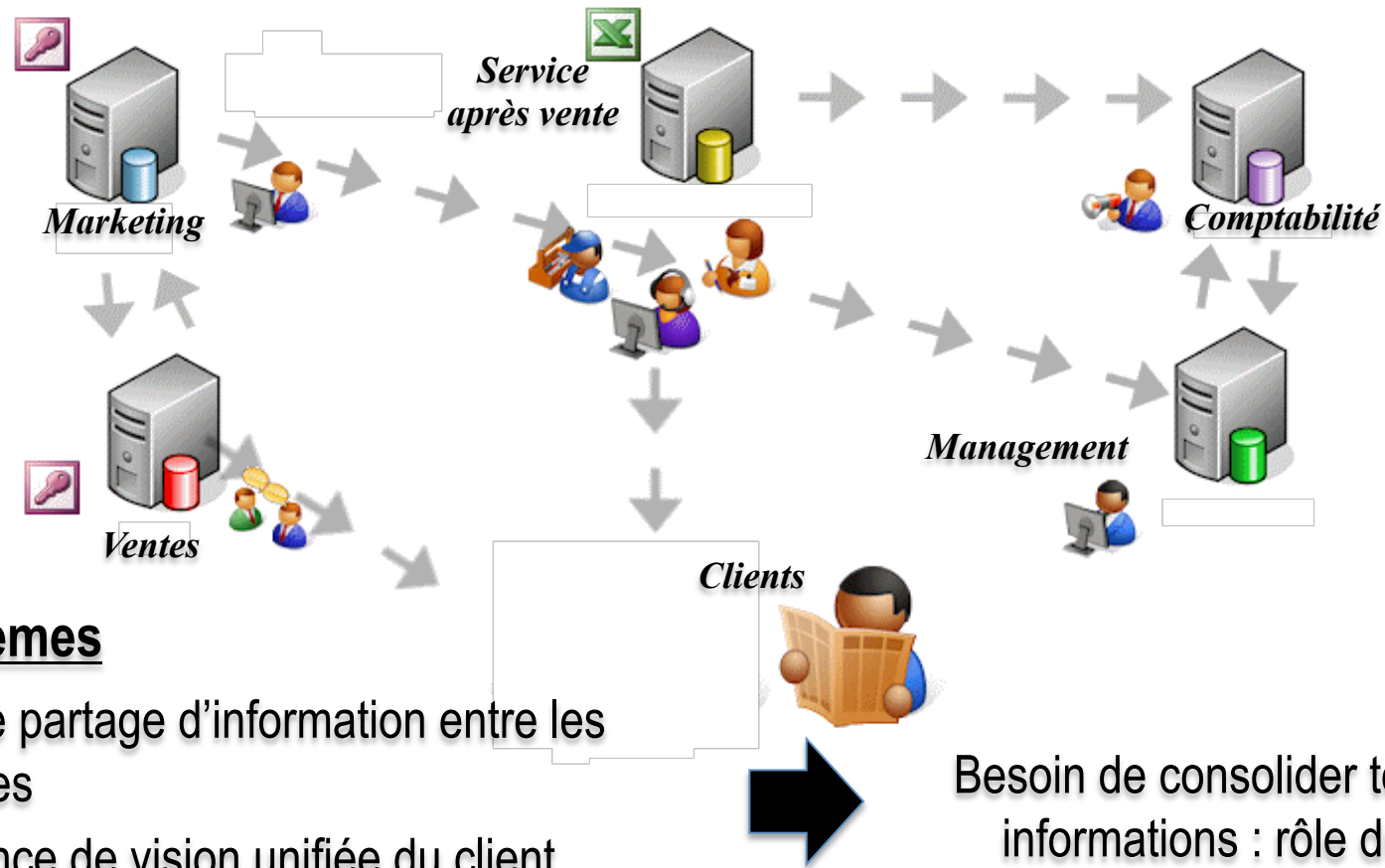


- Recours à différents moyens de communication avec les clients : mails, web, centre d'appel, fax,



Frein : Difficulté de traiter l'information provenant de diverses sources

Besoin de consolider l'information ?

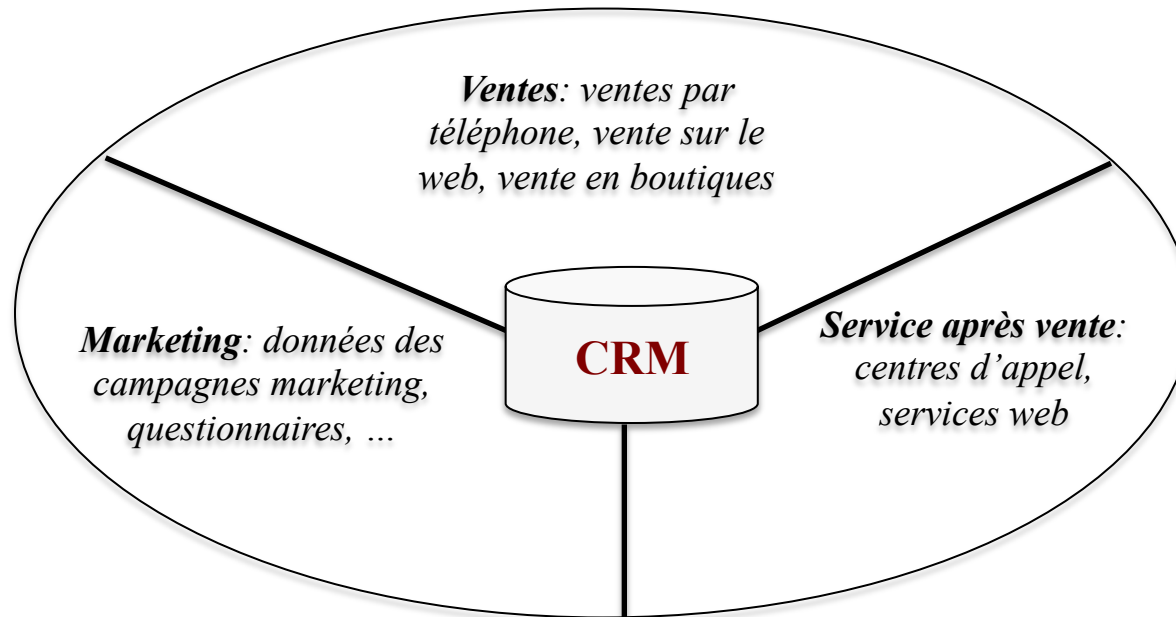


Problèmes

- Faible partage d'information entre les services
- Absence de vision unifiée du client

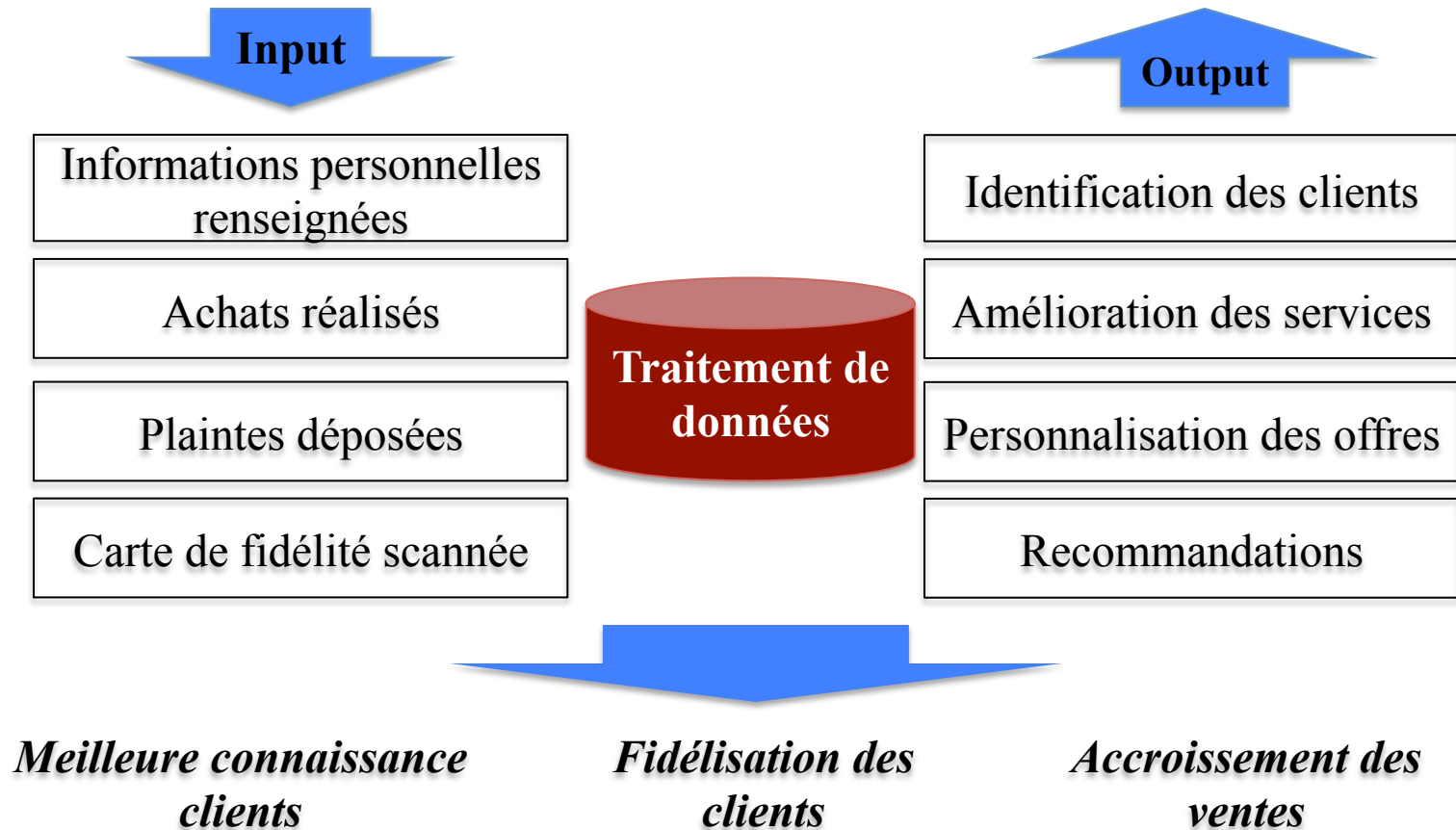
Besoin de consolider toutes ces informations : rôle du **CRM**

Principales sources de données d'un CRM

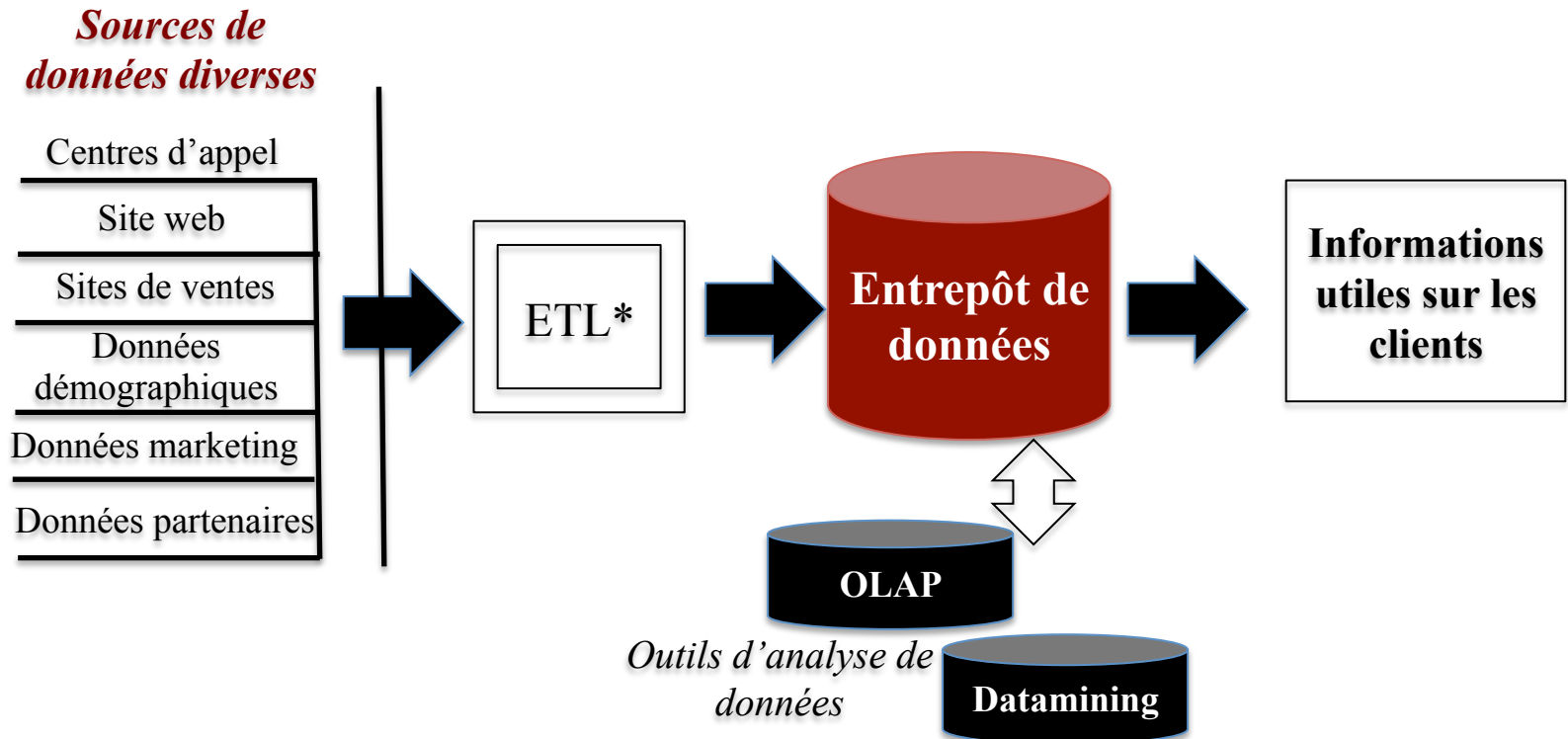


→ Un CRM est « un **processus** qui consiste à gagner, à conserver, à élargir et à fidéliser une clientèle »

Fonctionnement d'un CRM

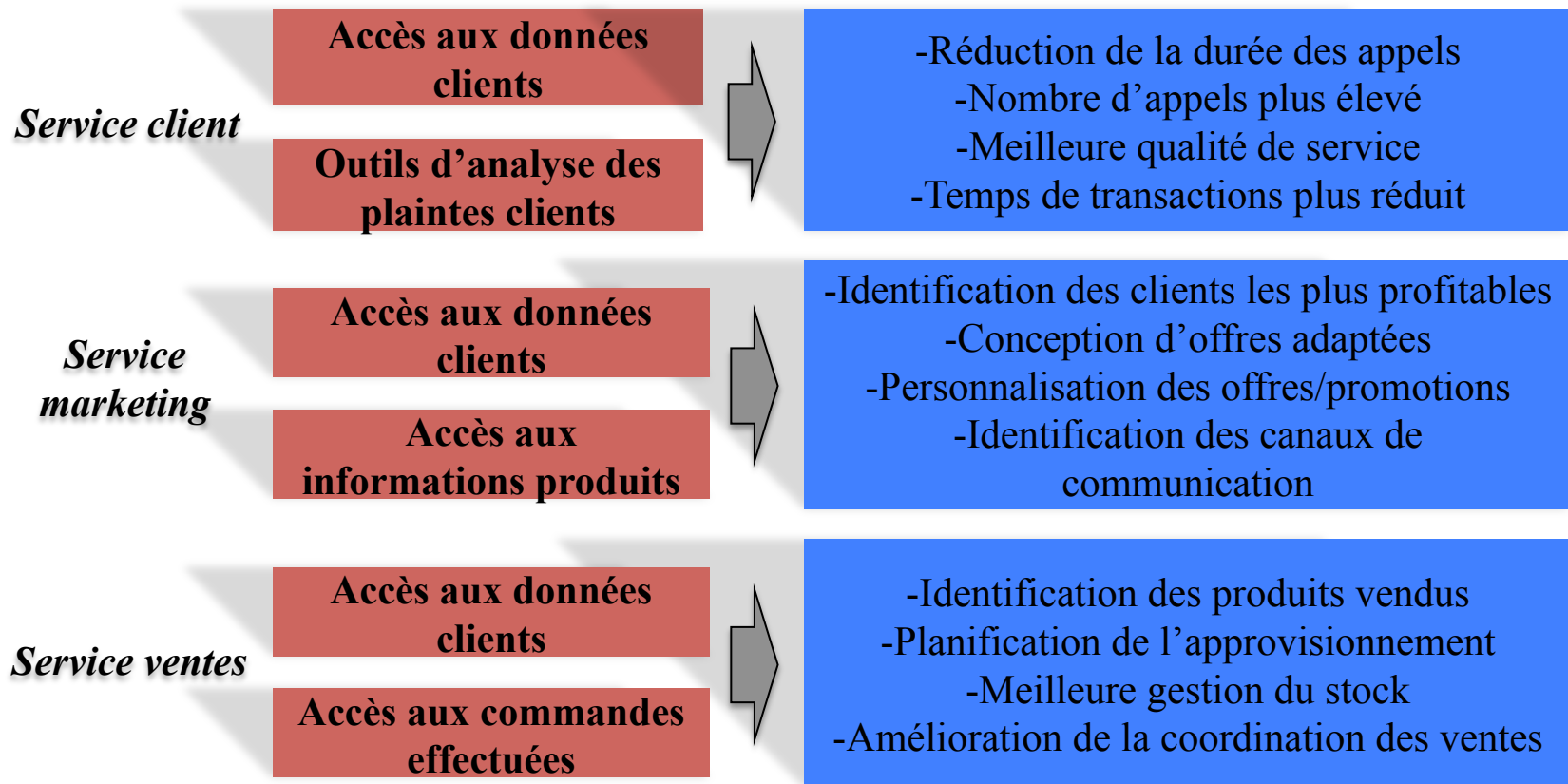


Vision analytique d'un CRM

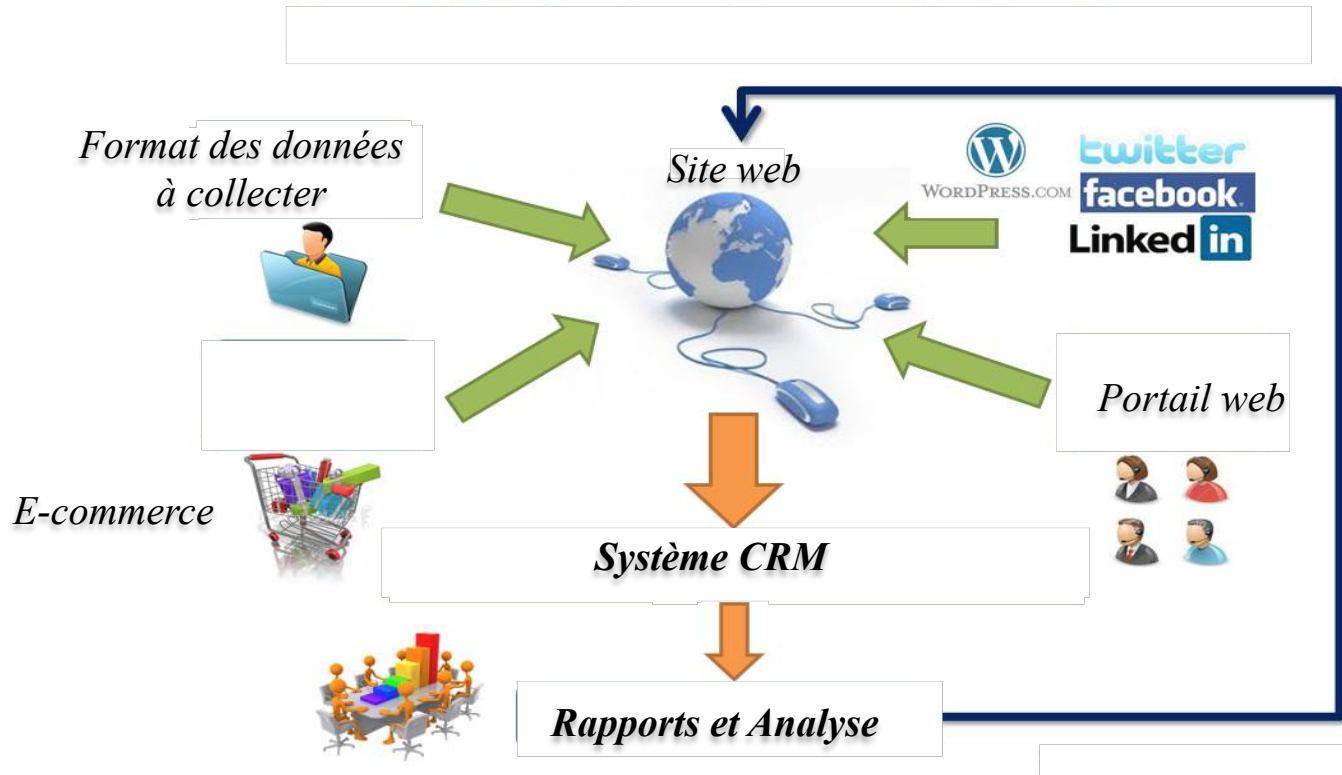


*Extract-Transform-Load

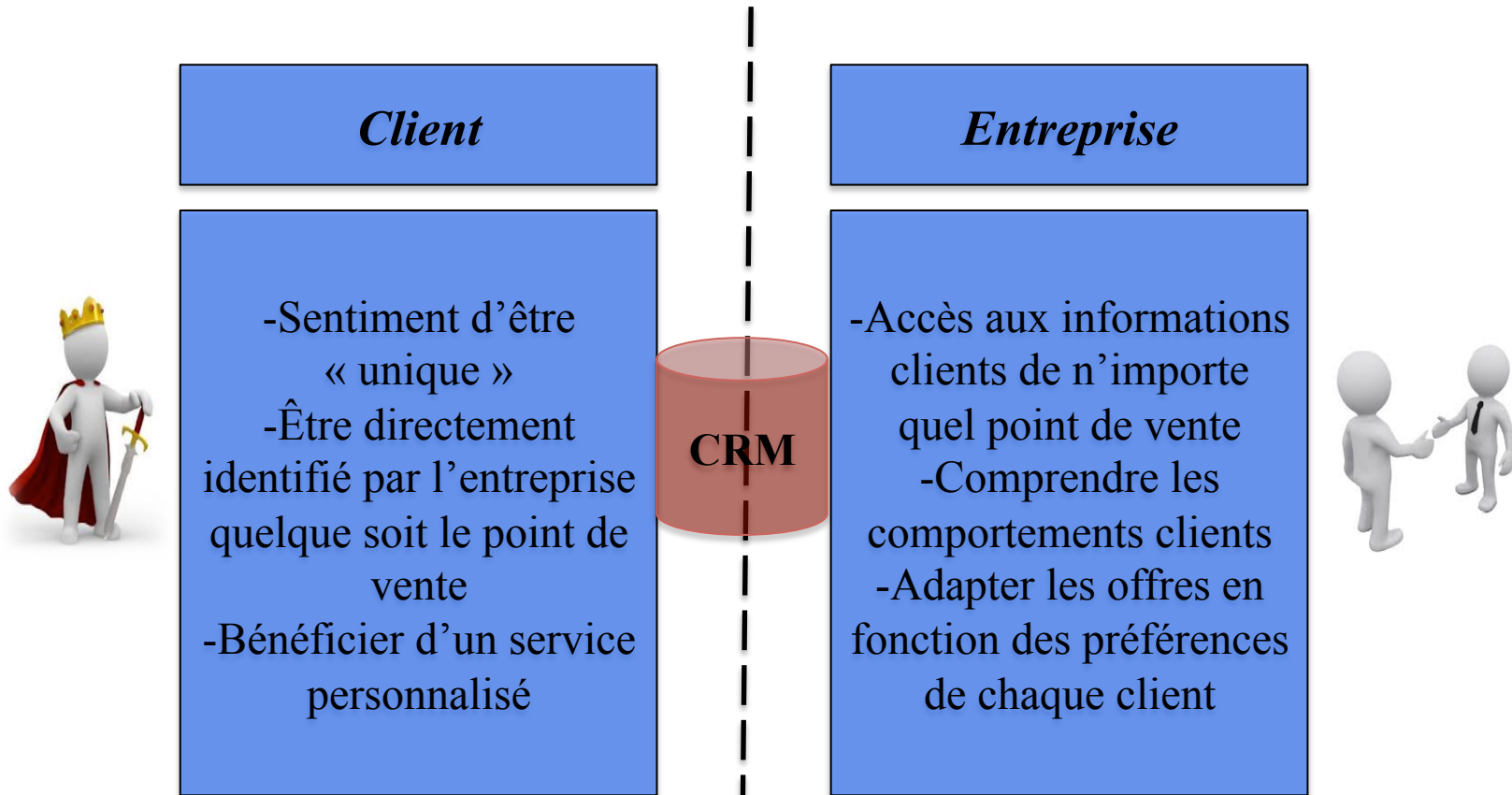
Modules intégrés et avantages



Le système CRM et les outils du web



CRM : vision unifiée du client



Ça coûte 6 fois moins cher de vendre à un client existant qu'à un nouveau client

Apports d'un CRM

- Améliorer le partage de données inter-services
- Mise à jour des données clients accessibles par les différents services
- Connaissance approfondie du client



- Réduire les coûts direct de marketing
- Réduire les coûts de gestion des plaintes/service client
- Mieux cibler les clients : personnaliser les offres/promotions
- Réduire les coûts d'acquisition/rétention des client
- Accroître les ventes en identifiant les clients les plus profitables
- Améliorer la segmentation du marché et les offres/segments.

Facteurs d'échec ERP/CRM

- Coût des systèmes ERP et CRM
- Mauvaise gestion de projet : dépassement des coûts, des délais
- Faible implication des utilisateurs entraînant une mauvaise compréhension des besoins, une non conformité aux attentes,
- Faible implication du top management
- Coût des formation et résistance des employés
- Manque des compétences techniques et humaines lors de la sélection et de l'implémentation des systèmes d'applications.
- Non alignement entre les systèmes d'applications et les processus organisationnels
- Difficulté d'intégrer les ERP/CRM à certaines applications

Facteurs de succès CRM/ERP

- Implication et support du top management
- Réingénierie des processus de l'entreprise
- Programme de conduite de changement et motivation des employés (primes post-implémentation, formation des utilisateurs)
- Sélection de la bonne équipe interne « porteuse » du projet
- Clarification de la stratégie du projet, des objectifs, délimitation du périmètre et des fonctions concernées
- Communication efficace
- Participation des utilisateurs
- Recours à des consultants ERP/CRM