



La communauté des utilisateurs et intégrateurs de Microsoft Dynamics CRM

RSS

Toute l'actu en temps réel
Pour en savoir plus



Home > ::: Opinions

Envoyer à un ami Version imprimable

Les Tech Days 2007 et la stratégie de Microsoft

Analyse critique... à vous de réagir !

Microsoft organisait cette semaine à Paris sa grand-messe technique, placée bien évidemment, lancement mondial oblige, sous le signe de Windows Vista et de Office 2007.



Des milliers de personnes se pressaient dès lundi matin pour récupérer leur badge, précieux sésame pour monter les marches du Palais des Congrès de la Porte Maillot et assister à quelques-unes des centaines de sessions d'information et de présentation commerciale prévues durant ces trois jours.

De sessions plénières en ateliers de prise en main, en passant par les dizaines de stands de l'espace exposition, Windows Vista et Office 2007, les produits phares de cette année fiscale pour Microsoft, étaient bien évidemment au cœur de l'actualité.

Paradoxe en effet de ces lancements, personne n'a besoin de ces nouveaux produits ! Aucun besoin en effet au sens « nécessité », et c'est toute la difficulté d'une opération mondiale comme celle-ci : faire adopter par des millions d'utilisateurs professionnels et individuels, des produits dont ils n'éprouvent aucunement la nécessité.

Mais pourquoi n'a-t-on donc pas besoin de Vista et de Office 2007 ? Tout simplement, et c'est nouveau, parce que la précédente gamme des produits Microsoft était presque parfaite, et c'est cela qui est nouveau ! Après des Windows 95, 98 plus qu'approximatifs, Windows 2000 a bien amélioré les choses. Et Windows XP est un excellent produit. Reconnaissons-le, les plantages et écrans bleus divers ne sont que de lointains souvenirs. Le travail quotidien avec Windows XP et Office 2003 ne pose aucun problème majeur. Les

Dans le même dossier :



► **Meilleurs vœux pour 2007, faites vos jeux !** - 01/01/2007



► **Quels ont été pour vous les événements marquants de cette année 2005 ?** - 24/12/2005



► **Echec de 50 à 80% des projets CRM : Erreur stratégique ou mauvaises pratiques de gestion ?**



Live chat by LivePerson

> A découvrir

- :: Forum et débats
- :: Autres informations
- :: Agenda
- :: Contactez-nous
- :: Proposez un article
- :: Qui sommes-nous ?

> Sondage

Vous qui fréquentez ce site, êtes-vous ?

- Client Microsoft CRM
- Intéressé par Microsoft CRM
- Utilisateur d'une solution concurrente
- Salarié Microsoft
- Partenaire Microsoft
- Intégrateur/Conseil non partenaire Microsoft
- Autre

> News US...

- **> Sponsored Links (International Brotherhood Of Prizefighters)**
- **> Sponsored Links (International Brotherhood Of Prizefighters)**
- **> Sponsored Links (International Brotherhood Of Prizefighters)**
- **> Sponsored Links (International Brotherhood Of Prizefighters)**
- **> Sponsored Links (International Brotherhood Of Prizefighters)**

> Les plus lus

- **> Avec Navision 4.0 Microsoft**

utilisateurs en sont globalement satisfaits. Alors... pourquoi prendre le risque d'une nouvelle version ?

Mais pour poursuivre sa croissance, faire du chiffre d'affaires et satisfaire les analystes financiers et les actionnaires, Microsoft doit imaginer, créer de nouvelles sources de revenu. La machine Windows Vista a donc été inventée. Et ce qu'il y a de génial dans la mécanique mise en œuvre par Microsoft c'est que tous les « partenaires » de l'éditeur y souscrivent, ils y ont tout intérêt financier. Les constructeurs en tout premiers lieux qui en renouvelant leur parc avec des machines gonflées indispensables au fonctionnement de Vista accélèrent l'obsolescence de leurs machines précédentes ; les éditeurs périphériques (antivirus, administration, progiciels...) ; les sociétés de services qui doivent adapter leurs développements aux nouvelles versions... tout le monde pousse ces nouvelles versions... sauf les entreprises qui n'en ont aucunement besoin, le savent bien, et vont trainer des pieds pour leur adoption. Plusieurs analystes américains de renom ont d'ailleurs déconseillé ou considéré comme inutile et coûteux une migration rapide. N'espérant pas convaincre les entreprises à court terme, Microsoft mise sur le grand public, pour que l'adoption par les consommateurs entraîne par la suite celle des entreprises. Une fois que votre PC personnel sera équipé de ces nouveaux outils, Microsoft espère bien que vous sensibiliserez votre directeur informatique en lui demandant de bénéficier de ces nouvelles versions sur votre poste de travail. Cette stratégie explique les investissements publicitaires considérables réalisés en France (on parle de 600 000 euros versés pour l'écran pub spécial sur TF1 avec Flavie Flament), le feu d'artifice de la Grande Arche de La Défense, les panneaux 4x3 sur les grands axes....

Autres « geeks », beaucoup moins cher que Flavie Flament, sur lesquels s'appuie l'éditeur, les responsables et membres des « communautés » Microsoft ; des clubs utilisateurs indépendants parmi lesquels le club SPS, le club Exchange, le club des utilisateurs de SBS et même un Groupe des Utilisateurs Vista déjà constitué. Ces « geeks » Microsoft n'ont rien à envier aux « geeks » open source qui se pressaient à La Défense la semaine précédente. Ils ont les mêmes attributs, parlent un langage réservé aux spécialistes, s'émerveillent des empilements de couches logicielles, éprouvent un début d'érection à la possibilité de télécharger une version alpha, arborent avec fierté les badges et t-shirts réservés aux « speakers » et cumulent les gadgets (casquette Vista, badges...). Ils sont les meilleurs ambassadeurs de la galaxie Microsoft et l'éditeur le leur rend bien en les installant dans un espace dédié au cœur de l'exposition.



Sur les Microsoft Tech Days 2007, la priorité donnée à ce lancement mondial se concrétisait. Deux simples box étaient réservés à la « Plateforme Applicative de Microsoft », nouvelle dénomination d'un ensemble de produits dédiés aux systèmes d'information d'entreprise qui regroupe SQL Server, BizTalk, SharePoint, SystemCenter, VisualStudio...et donc le décisionnel. Microsoft Dynamics et ses applications NAV, AX et CRM devaient se contenter d'un seul box.

Plusieurs partenaires historiques de Microsoft dans le décisionnel avaient cependant choisi d'exposer : Homsys, Keyrus, Micropole-Univers, Business & Décision, Unilog... Le niveau et le nombre des visiteurs ne correspondent certainement pas à leur clientèle habituelle, mais ceux que nous avons interrogé reconnaissent que leur présence fait partie d'un échange de bons procédés avec Microsoft et qu'à défaut de trouver des prospects, ils espèrent bien faire le plein de candidats !

En conclusion, Microsoft lui-même ne semble pas certain du succès de Vista, malgré tous les moyens engagés. D'ailleurs pour éviter que la contestation ne puisse s'exprimer trop ouvertement sur Internet, Microsoft avait déposé pour son propre compte, dès 2005, le nom de domaine www.IHateWindowsVista.com. Protection de la marque ou prémonition ?

Mardi 06 Février 2007
Philippe Nieuwbourg
Lu 334 fois

10/05/2005



> Gestion des projets CRM : l'apport de la recherche en système d'informations -

08/03/2005

> La boule de cristal du Gartner voit de la croissance pour le marché du CRM -

12/09/2004

> Microsoft CRM : quelle version choisir ? L'opinion des internautes -

02/08/2004

> Le CRM analytique en croissance -

17/06/2004

> Que faire du dossier client ? -

18/04/2004

> David contre Goliath -

22/03/2004

invente l'ERP transversal pour les PME

> Nouveau livre : Le Projet Relation Client

> Gestion des projets CRM : l'apport de la recherche en système d'informations

> De l'idée au projet. Concrétisez vos ambitions.

> Le CRM analytique en croissance

> Les plus commentés

> Gestion des projets CRM : l'apport de la recherche en système d'informations

> Les Tech Days 2007 et la stratégie de Microsoft

> Microsoft Dynamics CRM 3.0 à tester en avant première chez SOFT2YOU

> Microsoft annonce une nouvelle version de Microsoft Dynamics CRM pour Microsoft Office 2007 et Windows Vista

> Plus de 2200 professionnels certifiés pour Microsoft Dynamics alors que la clientèle demande toujours plus de conseillers certifiés

Posté par Philippe NIEUWBOURG le 06/02/2007 12:09

Echange "amusant" à l'instant sur notre stand avec un visiteur informaticien :

Lui : "Vous pouvez me renseigner ?"

Moi : "Oui, bien sur, nous proposons des clubs utilisateurs sur les thèmes de la gestion de la relation client, de l'aide à la prise de décision, et des progiciels de gestion d'entreprise"

Lui : "Ah, c'est de l'administratif en fait. Bien c'est pas pour moi alors !"

...

Posté par Philippe Nieuwbourg le 07/02/2007 10:56

Ce qui est intéressant également à faire ressortir dans cette analyse de la stratégie de Microsoft, c'est le lien entre le coût des ventes et le prix du produit.

Plus un produit coute cher à vendre, en marketing, en communication, en publicité... plus il doit être vendu cher pour compenser ce coût des ventes.

Certains vont s'inquiéter du prix de vente de Vista et plus encore de Office 2007. Mais comme pour vendre une licence il faut dépenser plusieurs centaines d'euros en marketing, cela a forcément un impact sur le prix payé par le client.

C'est une spirale dangeureuse.

A l'inverse, un bon produit, qui se vend sans trop de publicité, coutera finalement moins cher, et donc attirera plus de clients... cercle vertueux alors.

<http://www.nieuwbourg.com>

Posté par Xavier NICOLAS le 07/02/2007 22:23

Utilisateur régulier de différentes versions de Windows en environnement professionnel, et personnel, force est de reconnaître que la qualité des dernières versions s'est grandement améliorée, que l'ergonomie est bien meilleure etc... Mais de là à dire que ces dernières versions sont presque parfaites... Il y a un pas je trouve...

Si dans le monde professionnel les Windows 2000 sont bien stables c'est finalement aussi parce qu'une fois installés sur les serveurs, rien d'autre n'est ajouté, à part les patches... Mais il en va tout autrement encore pour les postes utilisateurs, ou particuliers, sous XP et il n'est pas toujours nécessaire d'installer une multitude de programmes... La faute à ces programmes ? Peut-être...

Mais au-delà de la publicité à effet "Aero", c'est bien sur la stabilité, et la protection du noyau dans Vista que Microsoft communique auprès du public... Une manière d'admettre qu'il était insuffisamment protégé auparavant ?

Soyons clair, je suis un utilisateur de Windows XP et de Vista... J'apprécie la nouvelle interface de ce dernier, son organisation, l'impression de sécurité qu'il dégage, mon intervention n'est nullement à son encontre...

Quand à la gamme Office... Oui, le produit est presque parfait... presque... Mais il faut tout de même reconnaître qu'en terme d'ergonomie... Il restait du travail : menus pléthoriques, certains effets quelques peu aléatoires, rien de "majeur" comme dit dans le billet, mais des points d'amélioration non négligeables, et qui ont d'ailleurs été pris en compte avec Office 2007...

A bientôt peut-être sur un prochain salon plus... CRM...

Posté par Aurélien le 15/02/2007 11:11

Analyse critique... à vous de réagir !

Ben oui. Si Windows Vista n'apporte rien, j'aurais aimé avoir une analyse critique sur ce que Microsoft prétend apporter avec ses nouveaux logiciels. L'argument "les entreprises n'en veulent pas" a été sorti pour toutes les versions de Windows et s'explique simplement par la frilosité des entreprises pour les investissements - informatiques en particulier. D'ailleurs, si Vista n'est pas allé aussi loin qu'il devait, c'est par crainte que les entreprises n'acceptent pas un changement trop brusque (nouveau système de fichiers, etc.).

Nouveau commentaire :

Nom

Adresse email

> Le configurateur des ventes - 11/01/2004



Site web

Commentaire

Votre adresse IP sera enregistrée avec votre message : 193.252.207.72

Vous pouvez commenter ou apporter un complément d'information à tous les articles de ce site. Les commentaires sont libres et ouverts à tous. Néanmoins, nous nous réservons le droit de supprimer, sans explication ni préavis, tout commentaire qui ne serait pas conforme à nos règles internes de fonctionnement, c'est-à-dire tout commentaire diffamatoire ou sans rapport avec le sujet de l'article. Par ailleurs, les commentaires anonymes sont systématiquement supprimés s'ils sont trop négatifs ou trop positifs. Ayez des opinions, partagez les avec les autres, mais assumez les ! Merci d'avance. Merci de noter également que les commentaires ne sont pas automatiquement envoyés aux rédacteurs de chaque article. Si vous souhaitez poser une question au rédacteur, contactez-le directement.

[::: Etudes de cas](#) | [::: Opinions](#) | [::: Actualités, Etudes](#) | [::: Evénements](#) | [::: Communiqués](#) | [::: Livres](#) | [::: Lu dans la presse](#)

Copyright Philippe Nieuwbourg - ClubMSCRM est une communauté indépendante de Microsoft Corporation

Microsoft, Microsoft CRM, MS CRM sont des marques déposées de Microsoft Corporation

[Plan du site](#) |  [Syndication](#)