



Cegid

Vue eXpert

De la propriété à l'usage : le choix stratégique du logiciel en tant que Service

Apparue au tournant de l'an 2000, la notion de « Software as a Service » (SaaS) a depuis gagné ses lettres de noblesse dans tous les domaines de la distribution spécialisée et dans toutes les typologies d'enseignes (du réseau de quelques points de vente au grand distributeur présent sur tous les continents).

Les raisons de ce succès ? Des coûts informatiques calqués sur les usages réels de l'enseigne, une fiabilité et une sécurité à toute épreuve, une capacité à s'adapter au jour le jour à l'évolution de l'activité (ouverture de nouvelles caisses, de nouveaux magasins, de nouveaux canaux de distribution, développement à l'international). Toutes ces conditions font du SaaS un instrument performant au service de la stratégie des distributeurs spécialisés.



Par Cymbeline Chaplain,
Directeur e-business, Cegid

www.cegid.fr/retail

Cegid
VOUS AVANCEZ NOUS AVANÇONS



De la propriété à l'usage : le choix stratégique du logiciel en tant que service

Introduction

Location de matériel, de véhicule, de maison de vacances... Il n'est pas toujours nécessaire de posséder un bien pour en faire bon usage. C'est sur ce principe, avéré depuis des décennies dans des secteurs comme l'automobile ou le tourisme, que se fonde le « Software as a Service » (SaaS), c'est-à-dire l'accès, via Internet, à des logiciels dont l'usage est facturé sous forme d'abonnement mensuel.

Ces dix dernières années, les dirigeants de la distribution spécialisée et les directeurs informatiques sont devenus de plus en plus réceptifs à ce sujet. Car, finalement, à quoi sont-ils sensibles ? Au fait de posséder ces applications informatiques ou à ce qu'elles apportent à l'enseigne ? Possession ou location, un système d'information est performant s'il concrétise la stratégie définie par la marque et sait s'adapter aux évolutions rapides du marché.

Le SaaS, justement, aide les distributeurs à mieux gérer leur activité, leurs dépenses courantes et leurs cycles saisonniers. Les enseignes n'ont plus à se soucier d'acheter et de faire évoluer leurs applications. Leurs utilisateurs y accèdent à distance, par le biais de connexions Internet, et disposent ainsi de logiciels de pointe, hébergés, supervisés et sécurisés. En quelques années, l'approche du logiciel pensé comme un service s'est imposé et s'imposera de plus en plus comme un instrument au service de la stratégie et de la performance des enseignes du commerce spécialisé. Voici les principaux éléments qui expliquent cet état de fait.

Un pilotage centralisé des réseaux de distribution

L'époque où les distributeurs spécialisés proposaient deux collections par an est révolue. Le renouvellement des gammes de produits s'effectue plusieurs fois par semestre et même par mois pour certaines marques qui ont misé leur succès sur l'arrivage permanent de nouveautés. Cette tendance exige du système d'information la capacité de faire circuler des informations actualisées et homogènes sur l'ensemble de la chaîne d'approvisionnement, du bureau de style aux points de vente en passant par les fournisseurs et la logistique... De même, les directions générales, commerciales et financières ont besoin de connaître au fil de l'eau le détail des ventes réalisées au travers des différents canaux de distribution : succursales, franchises, emplacements en grands magasins, catalogues, sites Web, etc.

Face à ces impératifs, le Software as a Service unifie les données en provenance de tous les réseaux, puisque les informations ne sont plus stockées localement mais centralisées dans les serveurs informatiques du prestataire. Grâce à cette homogénéité, il est possible de réaliser en temps réel et en une seule fois des opérations telles que la mise à jour des tarifs et des référentiels produits, les modifications de démarque en période de soldes, le suivi des opérations commerciales, le suivi et la centralisation des opérations d'encaissement, le suivi et l'ajustement de la courbe de vie des produits, les annonces de livraison en boutique en jour J, le réassort en cours de journée, le réassort automatique optimisé en temps réel pour une meilleure rotation des stocks etc...¹

1 000
enseignes

64
pays

20 000
magasins



De plus, le SaaS présente un avantage au plan de la gestion financière. Le distributeur paye en effet une prestation de service globale – qui est une dépense de fonctionnement - et ne supporte plus les frais d'investissement liés à l'achat de matériels et de licences logicielles. Le SaaS permet ainsi aux entreprises de se concentrer sur leur cœur de métier tout en maîtrisant l'intégralité des coûts liés à leur système d'information, puisque ceux-ci sont prévisibles, calculés à l'avance, mensualisés et liés au nombre d'utilisateurs.

Moins de contraintes, plus de qualité et de sécurité

Outre les avantages fonctionnels et financiers que l'on vient d'évoquer, le SaaS permet d'importantes économies d'échelle dans le déploiement hardware, mais aussi dans les coûts d'administration de la solution qui sont mutualisés et pris en charge par le prestataire. L'enseigne est déchargée de tous les aspects de maintenance, de changements de versions (applicative mais aussi système ou base de données) et de sécurisation. Les problèmes que rencontraient les enseignes dus à la perte ou à la destruction de données dans leurs terminaux point de vente ne sont plus qu'un mauvais souvenir.

En termes de gestion du service dans le temps, les distributeurs doivent veiller à inclure une clause dans leur contrat qui leur permette de reprendre aisément en interne la gestion de leurs données. De même, les prestataires de SaaS s'engagent contractuellement sur un niveau de prestations et de qualité défini à l'avance (SLA ou Service Level Agreement), qui augmente significativement la sécurité et la performance du système d'information.

Contrairement à l'idée reçue, confier ses données d'entreprise à un tiers est souvent plus sûr que de les gérer en interne puisque la sécurité et la disponibilité sont au cœur du métier de prestataire de services en ligne. Le fonctionnement en salle blanche, la redondance des infrastructures (serveurs et systèmes d'alimentation), l'exploitation en mode 24/7, 365 jours par an, la

duplication des données sur un site distant, l'assistance technique aux utilisateurs, font partie des garanties apportées aux enseignes.

Tous ces éléments expliquent l'irrésistible montée en puissance du SaaS. De plus en plus, les systèmes d'informations des distributeurs seront composés d'applications SaaS et de logiciels « on-premise » (installés en interne), qui agiront ensemble de façon souple et coordonnée. Le logiciel en tant que service s'est installé durablement dans le paysage du commerce spécialisé. Sachons en tirer tout le parti, sans oublier ce qui fait la réussite d'une telle approche : la confiance et la transparence indispensable entre l'enseigne et son prestataire informatique.

En résumé

Le SaaS présente cinq avantages majeurs :

- Il permet aux enseignes de se concentrer sur leur cœur de métier tout en pilotant en temps réel leur réseau de distribution ;
- Une dépense planifiée, calquée sur l'usage réel des applications et réglée mensuellement, sans dépense ni investissement inutile ;
- Une adéquation de chaque instant entre la taille et l'activité du réseau de distribution et les besoins informatiques ;
- La sécurisation maximale des données ;
- Un transfert des contraintes de maintenance, correction et évolution matérielle et logicielle vers le prestataire.

¹ Les distributeurs qui ne recourent pas encore au SaaS pourraient s'inquiéter de cette centralisation de l'informatique. La question légitime qui est souvent posée est : « Que se passe-t-il en cas de coupure Internet entre le siège, les entrepôts et le réseau de vente ? ». Cet écueil est contourné par des technologies Web innovantes qui, à l'instar de Cegid Web Access, autorisent la poursuite des opérations courantes d'encaissement et de relation client en magasin, y compris si la liaison avec la centrale est momentanément interrompue. Dès lors que le service est rétabli, les données temporairement enregistrées en magasin sont automatiquement transférées vers les serveurs d'hébergement.

« En quelques années, l'approche du logiciel pensé comme un service s'est imposée et s'imposera de plus en plus comme un instrument au service de la stratégie et de la performance des enseignes du commerce spécialisé ».

À propos de Software as a Service et Cegid^{On Demand}

Faisant partie des premiers éditeurs de gestion en Europe, Cegid s'est positionné sur les nouvelles offres SaaS en tant qu'éditeur/hébergeur dès les années 2000 se dotant de toutes les infrastructures et services dédiés à ce modèle.

Son offre Cegid^{On Demand}, facturée selon la consommation faite par les clients des logiciels mis à leur disposition, inclut les services de support, d'hébergement sécurisé des applications et des données, de mise à jour des programmes, de montée en puissance selon le nombre d'utilisateurs à connecter. Elle offre un niveau de service garanti contractuellement et permet la prévision des coûts informatiques avec une grande précision.

Aujourd'hui Cegid compte ainsi un grand nombre de clients connectés « On Demand » à ses services et serveurs avec près de 8 000 TPE/PME en ligne sur des services de gestion, 205 000 employés (paie, formation, compétences, carrières), 1 000 collaborateurs experts-comptables connectés chaque jour, plus de 1 000 points de vente à travers le monde...

A propos de Cegid

Groupe international, Cegid est le premier éditeur français de logiciels de gestion et de solutions métier dédiés à la performance des entreprises et à leur développement.

Le groupe compte plus de 2 000 collaborateurs et un chiffre d'affaires 2008 de 248M€.

Directement implanté à Paris, New York, Barcelone, Madrid, Milan, Londres, Casablanca, Shenzhen, Tokyo et Singapour, Cegid s'appuie aussi sur des accords de distribution partout dans le monde, afin d'accompagner ses clients dans leur développement international.

A propos de Cegid Retail

Les solutions Cegid Retail sont conçues pour améliorer la compétitivité, la productivité et la rentabilité des enseignes spécialisées et pour transformer l'expérience client sur le point de vente.

Aujourd'hui, plus de 1 000 enseignes et 20 000 points de vente dans 64 pays font confiance aux solutions Cegid Retail pour optimiser leur chaîne de distribution, du magasin au siège, du client au fournisseur.



Siège social

52 quai Paul Sédallian 69279 Lyon CEDEX 09

Tél.: 0 820 901 802^(0,12€/min.) - Fax: 0 820 901 822^(0,12€/min.)

www.cegid.fr