

Acquisition

Datafirst acquiert XC Développement

■ L'éditeur vient de réaliser une acquisition qui va lui permettre d'élargir son offre dans le domaine stratégique du suivi et de la qualification des relations avec la clientèle.

Le concepteur et éditeur de logiciels Datafirst vient d'annoncer l'acquisition de la société XC Développement, elle-même spécialisée dans l'édition de logiciels de type CRM à destination des acteurs de la distribution automobile. Par cette opération, le repreneur élargit son catalogue et confirme sa volonté de développer son offre en utilisant la technologie Internet. Créée en juin 2005 par **Xavier Cotelte**, XC Développement édite la gamme des logiciels CRM/Poste vendeur V12, destiné au pilotage des ventes de véhicules neufs et

d'occasion. Grâce à un partenariat avec Eurotax-Glass's, ces mêmes logiciels intègrent des outils de configuration et de cotation de véhicules aidant leur utilisateur à accroître ses marges. Côté détails, ils permettent simultanément de pratiquer des évaluations de reprises et de frais de remise en état. Sachant encore que "Eurotax" commercialisait précédemment cette série de CRM sous le label ESA. De même, la solution CRM/Poste vendeur V12 est, elle, diffusée dans les réseaux du groupe Volkswagen où elle

équipe d'ores et déjà 400 sites VW, Audi et Seat.

Rappel

Pour mémoire, la société Datafirst a été créée en 1985 et est basée en France. Elle compte parmi les principaux acteurs du monde informatique automobile et déploie à destination de milliers de clients toute une palette de solutions de gestion, configurées pour l'international et utilisées par les constructeurs, comme par leurs distributeurs (et groupes de distribution). L'éditeur localise ses logiciels avec des interfaces multilingue

et multidevise, s'appuyant sur des plateformes Microsoft, avec intégration à Microsoft Office, ce qui réduit le temps de formations et les coûts d'usage. Ses produits phares sont les suivants : eCars21, eSVP21 (solution CRM), Datacar (plateforme Web pour l'industrie automobile), eBusiness21 (conçu pour la création de sites Web de concessions), Data-Plus+ (solution qui repose sur le développement de la Business Intelligence qui permet à un entrepreneur de développer sa propre action stratégique).

J.-P. J.-R.

Relations clients

EBP : deux logiciels adaptés aux petites entreprises

■ L'éditeur élargit son offre sur le créneau des CRM...

En marge du succès de sa solution automobile de gestion V 10, destinée aux MRA, réparateurs agréés, agents de marques et carrossiers, EBP (qui réalise un chiffre d'affaires annuel de 28 millions d'euros, mobilise 320 collaborateurs, et a installé son siège à Rambouillet), commercialise deux nouveaux logiciels destinés aux petites entreprises. Baptisés Gestion

de Contacts Pratic et Localisation & Actions Pratic 2010, ils sont consacrés au traitement et au suivi de leurs relations de clientèle professionnelle. Grâce à l'import de fichiers susceptibles d'être qualifiés, ils permettent d'établir une base de données des contacts potentiels, en y incluant toutes les données de prospects (coordonnées, effectifs, CA, historique, comptes rendus...), afin

d'anticiper leurs besoins et d'identifier de futures opportunités de vente ; tout en les comparant avec des ventes estimées et réelles. Le tout est suivi d'une actualisation régulière d'avancement des échanges commerciaux (prospection, négociation, e-mails, appels, courriers...). Pour éviter la ressaisie, les données clients peuvent en outre être importées dans ce cas d'Excel, d'EBP Devis et

des outils tels que Facturation Classic, d'Outlook ou de Windows Mail. Pour sa part, le second logiciel présenté permet une localisation géographique des contacts sur une carte routière, en fonction de leur adresse détaillée. Histoire de permettre aux forces de vente d'exploiter au mieux les atouts d'une zone de chalandise.

Jean-Pierre Jagu-Roche