

ERP

Les ERP, appelés « **Enterprise Resources Planning** » se fondent sur une **série de modules logiciels intégrés et une base de données unifiée**. Cette dernière recueille les données et les réinjecte dans diverses applications qui peuvent prendre en charge la quasi-totalité des activités internes de l'entreprise. Quand un processus génère de nouvelles données, celles-ci sont immédiatement, ou ultérieurement, réutilisables par d'autres processus métier sans qu'aucune ressaisie ne soit nécessaire.

Chaque entreprise, par le biais des travaux dits de « **paramétrage** », **peut choisir entre les différentes possibilités adaptatives proposées par le progiciel**. Parmi les processus d'affaires soutenus par l'ERP, on trouve les processus internes liés à la **finance** et à la **comptabilité**, aux **ressources humaines**, à la **fabrication** et la **production**, aux **ventes** et au **marketing**. La valeur et les défis associés aux ERP résident dans **l'obligation d'intégrer son information et ses processus**.

Passer d'une ancienne méthodologie où tout est séparé en des applications dédiées, des travaux isolés et des bases de données spécifiques vers un ERP pour avoir une stratégie plus globale pour l'entreprise peut s'avérer une tâche très dure. **Passer d'une telle situation à un ERP n'est donc pas un défi technologique, mais managérial, organisationnel, voire culturel.**

Chaîne logistique

Une **chaîne logistique** est un **réseau d'organisations et de processus** qui relie les fournisseurs, les usines, les centres de distribution, les points de vente au détail et les clients pour fournir des biens ou des services depuis la source jusqu'à la consommation.

Le principal objectif des **systèmes de gestion de la chaîne logistique** est **une communication et un échange d'information ouverts et rapides entre les intervenants de la chaîne**. Globalement, les cinq processus structurant la chaîne logistique sont :

- La **planification** qui permet à l'entreprise de **prévoir la demande d'un produit et d'élaborer des plans** d'approvisionnement et de fabrication ;
- L'**approvisionnement** : processus qui visent à **se procurer les marchandises et les services nécessaires à la création** d'un produit ou d'un service fini ;
- La **fabrication** : des processus qui **transforment un produit en produit fini** ;
- La **distribution** : les processus de **transport et de livraison des biens** ;
- Le **suivi** : processus associés à **la gestion des informations relatives aux produits et/ou aux services** expédiés, et à la comptabilité des biens retournés ou des produits manufacturés.

Problème : l'information concernant la demande d'un produit est déformée en passant d'un maillon de la chaîne logistique à un autre.

Solution : une infrastructure de transport de données standardisée entre les différents partenaires, une intégration des processus, tant internes qu'externes, de la chaîne logistique.

Les ERP peuvent assurer une **certaine intégration des processus internes** de la chaîne logistique, mais ne sont pas tous conçus pour traiter les processus externes. Les grands éditeurs ont néanmoins cherché à intégrer dans leurs solutions **les éléments de normalisation** des données à échanger entre partenaires via l'EDI, en intégrant les normes Edifact par exemple.

En étant capables également de supporter les échanges interactifs entre les partenaires via un extra net ou une place de marché, les ERP, ainsi combinés aux possibilités des technologies Internet,

peuvent concourir à une **certaine intégration de la chaîne logistique à un moindre coût**, notamment en offrant une **infrastructure de transport de données peu coûteuse**, ainsi qu'une **standardisation des accès transactionnels**.

Par ailleurs, grâce à la standardisation de certaines technologies,, chaque partenaire peut disposer des données et de l'information dont il a besoin.

L'ERP **accélère la circulation des données** dans et hors l'entreprise tout en **supprimant les risques d'erreur associés aux saisies redondantes**. Les différents **processus seront synchronisés** par certaines opérations effectuées en temps réel et par d'autres effectuées selon des opérations de synchronisation planifiées.

CRM

Les **systèmes CRM** (progiciels commerciaux de gestion de la relation client) offrent des outils logiciels pour la vente, le service à la clientèle et le marketing.

Ils fournissent les trois fonctions principales suivantes :

- **Automatisation de la force de vente (AFV)** : ces modules aident le personnel de vente à augmenter sa productivité ;
- **Service à la clientèle** : ces modules fournissent de l'information et des outils pour améliorer l'efficacité des centres d'appels et d'assistance, et du personnel de soutien à la clientèle. Ils assignent et gèrent les demandes de service des clients ;
- **Service Marketing** : les CRM prennent en charge des campagnes de marketing direct. Les modules marketing peuvent aussi comprendre des outils pour analyser des données sur le marketing et les clients.

Le **CRM opérationnel** comprend des applications orientées vers le client, comme des outils pour l'automatisation de la force de vente, celle de certaines tâches du marketing, et le soutien du service à la clientèle et du centre d'appels.

Le **CRM analytique** comprend des applications qui analysent des données sur le client, générées par les applications CRM opérationnelles, afin de fournir de l'information destinée à améliorer la gestion de la performance de l'entreprise.

Les bénéfices espérés d'un CRM sont, entre autres, **une augmentation de la satisfaction des clients**, une **réduction des coûts de marketing direct**, un **marketing plus efficace** et une **diminution des frais** de conquête et de fidélisation des clients. Pour le CRM comme pour toutes les applications informatisées, ce sont la qualité et la pertinence des usages dans la durée qui seront les facteurs créateurs de valeur.

Portail d'entreprise

La forme la plus connue des plates-formes de service qui intègrent de multiples applications d'une unité commerciale ou d'un partenaire commercial est un **portail d'entreprise** doté d'une interface Web qui offre à tout client autorisé un point d'entrée unique pour accéder aux informations et aux services proposés par l'entreprise. Certains ERP permettent l'intégration de ces portails et leur connexion avec la base de données unifiée globale ; cela permet de mieux intégrer le client dans des processus globalisés qui lui procureront un meilleur service en même temps qu'ils contribueront à optimiser les coûts de gestion de la relation client pour l'entreprise.

Finalemment...

La mise en œuvre d'une solution d'entreprise globale et intégrée est une décision plus managériale que technique. Ces solutions restent délicates à implémenter et à utiliser avec succès. Elles sont composées de logiciels complexes et exigent des investissements substantiels en termes de temps, d'argent et d'expertise.

De tels systèmes posent de nombreux défis : coût total de possession élevé, des changements organisationnels importants et une remise en question de certaines singularités intéressantes.