

APLUS Papeterie opte pour l'ERP Wavesoft

Pour gérer les achats, la comptabilité et les relations commerciales de son réseau, l'enseigne APLUS Papeterie s'est équipé de l'ERP Wavesoft. Le déploiement démarrera chez les adhérents dès le début de l'année prochaine.

APLUS Papeterie, qui regroupe plusieurs papeteries en une coopérative d'achat, a donc choisi l'ERP WaveSoft comme outil central. Celui-ci sera donc progressivement installé chez tous les adhérents en France (ils sont une cinquantaine), ainsi qu'au sein de la tête du réseau. Une quinzaine d'adhérents devrait d'abord être équipés à partir du début de l'année prochaine.

C'est la modularité de cet ERP et son découpage fonctionnel (avec des éditions Standard, Professionnelle et Entreprise) qui ont toute la différence et convaincu APLUS Papeterie qu'il s'agissait là d'un bon investissement.

Et pour mener à bien ce projet dans le sud de la France, WaveSoft a demandé l'appui de deux intégrateurs : BJ Informatique à Lyon et Axion Informatique à Toulouse.

APLUS Papeterie opte pour l'ERP Wavesoft

📅 lundi 15 décembre 2014

Pour gérer les achats, la comptabilité et les relations commerciales de son réseau, l'enseigne APLUS Papeterie s'est équipée de l'ERP Wavesoft. Le déploiement démarrera chez les adhérents dès le début de l'année prochaine.

APLUS Papeterie, qui regroupe plusieurs papeteries en une coopérative d'achat, a donc choisi l'ERP WaveSoft comme outil central. Celui-ci sera donc progressivement installé chez tous les adhérents en France (ils sont une cinquantaine), ainsi qu'au sein de la tête du réseau. Une quinzaine d'adhérents devrait d'abord être équipés à partir du début de l'année prochaine.

C'est la modularité de cet ERP et son découpage fonctionnel (avec des éditions Standard, Professionnelle et Entreprise) qui ont toute la différence et convaincu APLUS Papeterie qu'il s'agissait là d'un bon investissement.

Et pour mener à bien ce projet dans le sud de la France, WaveSoft a demandé l'appui de deux intégrateurs : BJ Informatique à Lyon et Axion Informatique à Toulouse.

APLUS Papeterie opte pour l'ERP Wavesoft

📅 lundi 15 décembre 2014

Pour gérer les achats, la comptabilité et les relations commerciales de son réseau, l'enseigne APLUS Papeterie s'est équipé de l'ERP Wavesoft. Le déploiement démarrera chez les adhérents dès le début de l'année prochaine.

APLUS Papeterie, qui regroupe plusieurs papeteries en une coopérative d'achat, a donc choisi l'ERP WaveSoft comme outil central. Celui-ci sera donc progressivement installé chez tous les adhérents en France (ils sont une cinquantaine), ainsi qu'au sein de la tête du réseau. Une quinzaine d'adhérents devrait d'abord être équipés à partir du début de l'année prochaine.

C'est la modularité de cet ERP et son découpage fonctionnel (avec des éditions Standard, Professionnelle et Entreprise) qui ont toute la différence et convaincu APLUS Papeterie qu'il s'agissait là d'un bon investissement.

Et pour mener à bien ce projet dans le sud de la France, WaveSoft a demandé l'appui de deux intégrateurs : BJ Informatique à Lyon et Axion Informatique à Toulouse.

La nouvelle version de l'ERP WaveSoft accessible aux collaborateurs nomades

ERP - CRM - Rédigé le mercredi 03 décembre 2014 - Juliette Paoli

WaveSoft lance une nouvelle version de son module CRM au sein de sa suite ERP, permettant une connexion asynchrone et sécurisée depuis un PC portable.

Les cadres, dirigeants d'entreprise, les commerciaux nomades ou encore les techniciens de maintenance peuvent ainsi, sur le terrain, consulter et renseigner leur logiciel de gestion de la relation

client WaveSoft, et accéder à toute la connaissance partagée de l'entreprise sur l'ensemble des tiers (clients, prospects, fournisseurs etc.). L'accès à l'environnement de travail est possible hors des murs en mode asynchrone, sans connexion internet, dans la nouvelle V17 de la suite WaveSoft (accessible sous environnement Windows). Eric Orenes, directeur commercial de WaveSoft commente : « Imaginons que vous vous trouviez dans une salle sans accès Wifi, ou dans une zone blanche, ou encore que la connexion soit très lente, des cas de figures assez fréquents dans la réalité ! Vous pouvez accéder à vos données et à l'application en mode local, et vous ferez la synchronisation soit de retour au bureau, soit quand l'Internet aura repris des couleurs. » La synchronisation des données avec le serveur de l'entreprise, se fait depuis un LAN local, via le réseau de l'entreprise ou via Internet.

Le module a été développé en s'appuyant sur les propriétés de réplication des bases de données de Microsoft SQL Server 2012, comme toute la suite ERP de WaveSoft. La connexion aux données est cryptée par une connexion de type HTTPS (serveur IIS).

Un mode de tarification à l'unité

Dans sa version nomade, le CRM WaveSoft présente le même périmètre fonctionnel que dans sa version classique : veille concurrentielle, gestion des mails, agenda, création des offres commerciales et réalisation de bons de commande, par exemple. L'entreprise peut acquérir les extensions nomades à l'unité. « Une entreprise peut avoir 20 licences de CRM et n'acheter que 3 extensions nomades, par exemple », indique Eric Orenes. Il faut compter 400 euros HT, pour obtenir l'extension de la licence.



Dépêches

■ La 17e version de l'ERP WaveSoft accessible aux collaborateurs nomades

26/11/2014 :: WaveSoft lance une nouvelle version de son module CRM au sein de sa suite ERP, permettant une connexion asynchrone et totalement sécurisée depuis un PC portable.

Les cadres, dirigeants d'entreprise, les commerciaux nomades ou encore les techniciens de maintenance peuvent désormais à chaque moment, sur le terrain, consulter et renseigner leur logiciel de Gestion de la Relation Client WaveSoft, et accéder à toute la connaissance partagée de l'entreprise sur l'ensemble des tiers (clients, prospects, fournisseurs etc.). L'accès à l'environnement de travail est possible hors des murs en mode asynchrone, sans connexion Web, dans la nouvelle V17 de la suite WaveSoft.

Dans sa version nomade, le CRM WaveSoft présente le même périmètre fonctionnel que dans sa version classique – veille concurrentielle, gestion des mails, agenda, création des offres commerciales, réalisation de bons de commande par exemple – avec des autorisations d'accès gérées finement par l'administrateur, comme c'est déjà le cas sur l'ensemble de l'outil ERP.

"Imaginons que vous vous trouviez dans une salle sans accès wifi, ou dans une zone blanche, ou encore que la connexion soit très lente, des cas de figure assez fréquents dans la réalité ! Vous pouvez accéder à vos données et à l'application en mode local, et vous ferez la synchronisation soit de retour au bureau, soit quand l'Internet aura repris des couleurs", explique Eric Orénès, directeur commercial de WaveSoft.

WaveSoft a choisi un mode de tarification souple : l'entreprise peut acquérir les extensions nomades à l'unité, ainsi que le détaille Eric Orénès : *"dans une entreprise, seuls quelques collaborateurs ont besoin d'un accès en mode nomade au CRM. Comme nous ne voulions pas surenchérir le coût de notre CRM, nous avons séparé le module CRM de son extension nomade. Une entreprise peut avoir 20 licences de CRM et n'acheter que 3 extensions nomades, par exemple."*

Le choix de standards technologiques, pour la simplicité et la sécurité

La synchronisation des données avec le serveur de l'entreprise se fait depuis un LAN local, via le réseau de l'entreprise, ou via Internet. Le module a été développé en s'appuyant sur les propriétés de réplication des bases de données de Microsoft SQL Server 2012, comme toute la suite ERP de WaveSoft. La connexion aux données est cryptée par une connexion de type HTTPS (serveur IIS).

Le tarif de l'extension de la licence CRM en mode nomade est de 400 euros HT. Aucun investissement matériel n'est nécessaire de la part de l'entreprise. Accessible sous environnement Windows, cette extension est disponible pour la version Entreprise de l'ERP WaveSoft (10 à 200 personnes).

Les fonctions couvertes sont : organisation et optimisation des forces de vente, gestion et partage des contacts prospects / clients / fournisseurs / concurrents / partenaires entre collaborateurs, mise en place et suivi des campagnes marketing, envoi d'offres commerciales, consultation, création et archivage des e-mails, accès à l'agenda personnel ou de groupe, alerte automatique sur les tâches prioritaires à réaliser.

Disponibilité : décembre 2014



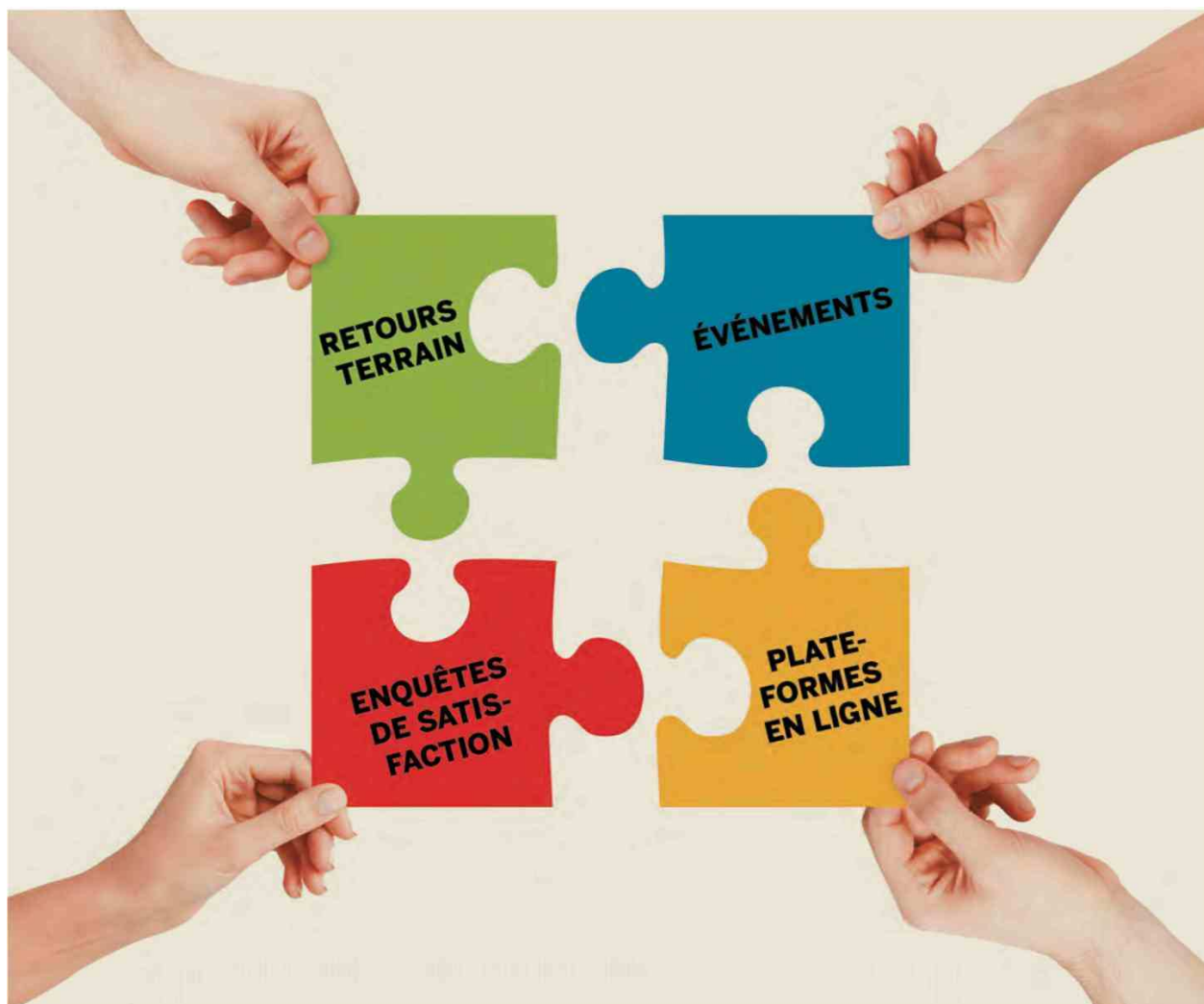
Enquête

Vente indirecte

Restez à l'écoute de vos **revendeurs** !

En vente indirecte, il est impératif de faire en sorte que votre réseau vous parle librement et puisse vous livrer son avis sur le business ainsi que sur vos méthodes de travail et ce, de la façon la plus fluide possible. Comment mettre en place un système de communication constructif avec vos partenaires? Éléments de réponse à travers des conseils d'experts et de multiples retours d'expérience.

Laure Tréhorel



SYDA PRODUCTIONS / FOTOLIA

Enquête



Impossible pour une marque ou un industriel commercialisant ses solutions par le biais d'un réseau de partenaires de ne pas s'enquérir de leur point de vue. Étant au plus proche des clients finaux et de leurs attentes, le réseau est une excellente source de remontées d'informations mais surtout d'idées permettant de développer ses ventes, ses offres et services. Pour autant, il ne s'agit pas seulement pour la marque de savoir écouter son réseau, mais aussi de provoquer l'échange. Pour cela, plusieurs techniques sont à sa disposition...

Les forces de vente terrain

Vos commerciaux constituent un moyen direct d'effectuer des remontées d'informations. « *La force de vente fait office de véritable relais humain entre la marque et les partenaires* », souligne Pascal Davi,



« Rien ne remplace le terrain et la relation existante entre un partenaire et le commercial. »

Laurent Ollivier, dg d'Aressy

président de Coventeam, cabinet de conseil en performance commerciale. Cependant, dans les faits, ce processus est très peu structuré, dans la mesure où

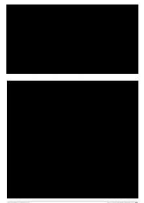
il relève souvent uniquement de la bonne volonté de chaque animateur de réseau. « *Il faudrait inciter ses équipes sur la remontée d'informations, en mettant des objectifs rémunérés. Cependant, c'est difficilement quantifiable... Rapporter, par exemple, dix remontées d'informations dans le mois, n'a pas de sens!* » souligne, à juste titre, Jérôme Sepeau, expert en animation de réseau. Il faut donc se résoudre à bénéficier d'un canal d'informations qui fonctionne au feeling, « *ce qui engendre des déperditions d'informations* », ajoute ce dernier.

Et c'est assez paradoxal, car quand bien même ce moyen d'écoute et de remontée ne peut être très encadré, cela reste pourtant le moyen le plus direct et le plus fiable. « *Rien ne remplace le terrain et la relation existante entre un partenaire et le commercial* », insiste Laurent Ollivier, dg d'Aressy, agence de communication corporate et B to B. En effet, les commerciaux, en tant qu'animateurs de réseau, restent les premiers interlocuteurs des partenaires, qui peuvent, lors des visites commerciales ou des rendez-vous téléphoniques, leur confier des informations. Pour autant, des outils existent afin d'éviter une trop grande perte. Les commerciaux-animateurs de réseau peuvent ainsi s'appuyer sur un CRM, à l'instar des forces de ventes directes, qui leur sert non pas à rentrer des informations sur le client final mais sur le partenaire. C'est le cas de Wavesoft, société d'édition de logiciels de gestion : « *Nos commerciaux se servent de cet outil pour remonter les informations récoltées auprès des distributeurs*, témoigne Éric Orénés, le directeur commercial et marketing de l'entreprise. *Et pour être certain que l'information ne soit pas enfouie dans les limbes du logiciel, à chaque réunion commerciale hebdomadaire de l'équipe, le manager prend soin d'évoquer l'ensemble de ces données.* »

L'enquête de satisfaction

Hébergée en ligne, distribuée par e-mail ou encore via un questionnaire papier, l'enquête de satisfaction peut, tout





Le témoignage de

Matthieu Gibet, directeur commercial de Futur Telecom

Le Club Elite guide Futur Telecom

Sous ce nom évocateur – Elite –, l'entreprise de télécommunications Futur Telecom regroupe ses 15 meilleurs partenaires, sur un total d'environ 400.

« Elite regroupe les meilleurs en termes de parc clients et de chiffre d'affaires », précise Matthieu Gibet, directeur commercial de la société. Plus qu'un cercle de privilégiés, le Club Elite

a un rôle proactif dans la construction de la stratégie de Futur Telecom. Chaque trimestre, les membres se réunissent pour une journée de travail, lors de laquelle la direction de Futur Telecom recueille l'avis de ces partenaires d'élite et discute de sujets tels que les plans de rémunération ou



Matthieu Gibet, directeur commercial de Futur Telecom

encore les nouvelles offres commerciales... « Ce recueil d'avis est très important pour nous, dans la mesure où cela valide ou non nos orientations futures », affirme Matthieu Gibet. Ces rencontres régulières se déroulent généralement à Paris ou Marseille et se clôturent par une activité festive : théâtre, événement sportif ou musical, « qui sont aussi des

occasions d'échanges plus informelles », ajoute le directeur commercial. Le reste de l'année, ces top partenaires entretiennent des relations très proches avec Futur Telecom : « Chacun d'entre eux détient le numéro de portable des membres de la direction commerciale, de sorte qu'ils peuvent nous joindre



Les 15 meilleurs partenaires de Futur Telecom – le Club Elite – se rassemblent chaque trimestre avec la direction commerciale pour échanger lors d'un rendez-vous mêlant travail et team-building. La dernière activité : une séance de pilotage sur simulateur !

directement pour nous faire part de leurs questions et réflexions », conclut Matthieu Gibet.

comme dans le B to C, être utilisée pour recueillir les avis de vos partenaires. C'est un outil peu coûteux et pratique car facile techniquement à mettre en place. Il existe en effet plusieurs outils en ligne permettant de réaliser des enquêtes de satisfaction (Google Drive, SurveyMonkey, SurveyGizmo...) ou vous pouvez également simplement procéder par e-mailing. Cependant, attention à ne pas en abuser ! « Il est préférable de se contenter d'une

opération de ce type par an. Cela peut être sous forme d'un baromètre récurrent ou d'une enquête en one shot. Mais cet outil est plus efficace si le sujet est précis et concret », avertit Laurent Ollivier (Aressy). Évitez donc l'enquête sur la qualité des relations partenariales au sens général. En effet, même si l'outil n'est, en soi, pas compliqué à mettre en place, il y a peu de chances pour que vos partenaires prennent le temps de répondre à une enquête approfondie,

ponctuée de questions ouvertes. Mieux vaut s'en tenir à trois ou quatre questions ciblées et fermées. Par ailleurs, ce genre d'outil demande ensuite une analyse des résultats qui nécessite en interne, là aussi du temps, et des ressources. Attention toutefois, ce genre d'outil est plus ou moins efficace suivant la nature du réseau concerné. Ainsi, Epson a >>>



« Nos commerciaux se servent du CRM pour remonter les informations récoltées auprès des distributeurs. »

Éric Orénés, directeur commercial et marketing de Wavesoft



Plus d'actualités sur www.actionco.fr



Enquête

Vente indirecte

►► finalement renoncé aux enquêtes auprès de son réseau. En effet, ses partenaires étant multimarque, peu d'entre eux ont le temps de répondre à ce genre de sollicitations provenant de deux, trois industriels ou même de beaucoup plus ! « *Lorsque nous avons essayé de mener une enquête par e-mailing, il s'est avéré que le taux de retour était faible, et les relances n'en finissaient pas...* », se souvient Thierry Bagnaschino, directeur marketing d'Epson France. Aussi, spammer ses partenaires n'a rien d'une stratégie efficace et provoque même une contre-performance. C'est pourquoi les équipes commerciales d'Epson privilégient désormais les rencontres de visu, à l'occasion de rendez-vous mais aussi du tour de France annuel.

Dans tous les cas, l'usage de ces sondages, plus ou moins automatisés, ne doit pas uniquement servir à interroger ses partenaires. « *Rien n'est plus agaçant, pour les partenaires, que de n'avoir aucun retour suite à un questionnaire qu'ils ont rempli... La marque doit s'engager à redescendre l'information vers son réseau une fois le sondage clôturé et à partager le bilan de l'enquête : résultats obtenus et axes de développement envisagés* », recommande Pascal Davi (Coventeam). Ainsi, si vous avez mené une enquête sur la proposition d'un nouvel outil de communication avec votre réseau par exemple, n'hésitez pas à communiquer



Lors de la troisième convention partenaires au Palace de Menton au bord du lac d'Annecy, Wavesoft a réuni ses meilleurs revendeurs pendant deux jours.

sur la mise en place, ou non, de l'outil en question en justifiant ce choix par les résultats du sondage.

Profitez des événements internes et externes

Brique essentielle d'une bonne communication entre une marque et ses distributeurs, les rencontres événementielles sont des temps forts incontournables. Et malgré des budgets pour ce type d'opération de plus en plus serrés, il serait dommage de les sacrifier sur l'autel de l'économie. Road show, tour de France, convention ►►

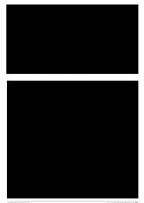


Misez sur un noyau dur

Il peut être particulièrement intéressant, dans le cas de réseaux comptant un grand nombre de partenaires et/ou très dispersés sur le territoire géographique, de concentrer ses efforts sur une partie choisie de celui-ci : « *Au sein d'un même réseau de distributeurs, il existe toujours des éléments moteurs, qui ne sont pas forcément ceux qui réalisent le plus de business mais qui sont des "influenceurs", par leur écoute et leur analyse du marché notamment* », indique Jérôme Sepeau, expert en animation de réseaux. Aussi, il est souvent

judicieux de constituer un club de partenaires, de quelques dizaines de membres à plusieurs centaines selon la taille totale du réseau, que vous réunirez pour discuter de sujets très stratégiques. Vous remonterez ainsi de l'information de qualité sur le marché, avec un taux de retour bien plus élevé que si vous aviez sollicité l'ensemble du réseau. Epson travaille dans cette logique sélective. Avec ses 1 800 partenaires rien que pour la France, il serait illusoire pour le spécialiste des imprimantes et multifonctions d'espérer

entretenir des relations étroites au quotidien avec chacun d'entre eux. « *Nous déterminons un pourcentage de partenaires dans chacune de leur catégorie de métiers pour cibler un recueil d'avis le plus pertinent possible* », résume Thierry Bagnaschino, directeur marketing d'Epson France. Ce pourcentage varie suivant les catégories – certains métiers comme l'impression de textiles regroupant très peu de partenaires, tous sont consultés –, et c'est au total environ la moitié de l'ensemble du réseau qui est régulièrement sollicité.



Le témoignage de

André Gallin, directeur de la communication et du réseau de franchises Hertz France

Hertz, un e-mail dédié au réseau

Une partie du réseau du loueur de voitures Hertz est composée de franchisés, qui ne sont autres que des points de vente indépendants, le reste du réseau étant des agences en propre. « Ce panachage implique des besoins en communication différents pour les uns et les autres », souligne André Gallin, directeur de la communication et du réseau de franchises Hertz France. « C'est pourquoi nous avons mis à disposition des franchisés un dispositif spécifique », ajoute-t-il. Afin de permettre à chacun des franchisés d'exprimer librement et quand ils le souhaitent leurs sollicitations et leurs interrogations, André Gallin a mis en place une adresse e-mail unique dont le nom est évocateur: entoutefranchise@hertz.com.

« Le réseau peut entrer en contact avec mon équipe et moi-même, qui avons accès aux messages, et obtenir un retour dans la journée », précise André Gallin. Questions de pricing, problèmes informatiques ou logistiques, réflexions sur les offres concurrentes... le franchisé peut interpeller la direction en un clic. Une technique qui ne dispense pas bien entendu les rencontres physiques. D'ailleurs, « en plus des rendez-vous que nous fixons, je suis personnellement invité à la convention annuelle de l'Association des franchisés Hertz. Ma présence lors de cette réunion de réflexion, loin d'être obligatoire, me permet de débattre avec eux, et est le signe d'une bonne communication », conclut André Gallin.



►► annuelle... Quels que soient leurs formats et leurs dénominations, « ces événements dédiés vont permettre aux commerciaux, mais aussi aux managers – directeurs commerciaux et chefs des ventes – de la marque de rencontrer les partenaires et d'échanger sur les préoccupations de chacun », précise Laurent Ollivier (Aressy). Les rendez-vous très espacés dans le temps, de type convention annuelle, sont notamment l'occasion de prendre un peu de hauteur et d'aborder avec son réseau l'avenir du business, mais aussi de prendre le temps de se poser pour discuter des méthodes de travail employées.

C'est d'ailleurs à l'occasion de sa convention semestrielle que Yoann Arrivé, dg de Concept Alu, fabricant de vérandas, stores et fenêtres a rassemblé ses huit concessions pour leur présenter les grands chiffres et les évolutions stratégiques de son entreprise, moment idéal pour lancer une séance de brainstorming où chacun participait librement: membres de la direction, commerciaux et concessionnaires. « Le but est de trouver les meilleures

idées, d'où qu'elles proviennent », déclare Yoann Arrivé. C'est grâce à l'une de ces séances que, depuis septembre 2014, un nouveau format de devis a été instauré, et qu'actuellement, la R & D de Concept Alu travaille sur l'élaboration d'un nouveau produit. Enfin, il ne faut pas négliger non plus les formations produits, qui peuvent d'ailleurs avoir lieu lors d'un tour de France. Certes, elles sont destinées à présenter vos solutions à votre réseau,

mais c'est également le moyen pour vous d'anticiper les questions et les remontées des partenaires. En complément de ces différents événements internes, d'autres rendez-vous peuvent être l'occasion de remonter de l'information de votre réseau. Les événements professionnels de type salons, expositions et foires sont des dates plus ou moins importantes pour la marque et chaque membre de son réseau. Il peut arriver qu'un partenaire vous ►►

« Rien n'est plus agaçant, pour les partenaires, que de n'avoir aucun retour suite à un questionnaire qu'ils ont rempli... »

Pascal Davi, président de Coventeam





Les 5 attentes des partenaires dans la high-tech

Banque multimédia : centre de téléchargement de supports marketing, ventes et techniques	95 %
Pack de lancement de nouveaux produits ou solutions pour en accélérer l'introduction	90 %
Module de déclinaison de campagnes marketing	80 %
Programme partenaires incluant un programme de fidélité	75 %
Module de formation en ligne (e-learning)	55 %

Source : étude menée en avril 2013 par la société Anthea Interactive, agence de conseil en marketing et en communication, auprès de 200 distributeurs européens et américains de produits high-tech.

►► demande de l'accompagner. Mais, à l'inverse, profitez de votre présence sur un salon pour proposer aux revendeurs qui, traditionnellement, échangent peu avec vous de faire stand commun ou d'assister ensemble à une conférence ou un atelier. « Ces événements se déroulent bien souvent dans un cadre plus détendu que le rendez-vous en bureau, ce qui est particulièrement propice à la communication », assure Pascal Davi (Coventeam).

Les plateformes en ligne

Quoique certains réseaux très ancrés B to B ne soient pas nécessairement les plus friands de communication on line, créer un groupe dédié sur LinkedIn ou bien Viadeo reste un moyen d'échanges intéressant. Certes, il n'intéressera sans doute pas l'intégralité de votre réseau, mais ce groupe en ligne permettra aux membres les plus actifs de discuter entre eux et avec vous de sujets qui les concernent directement.

Profitez-en pour repérer les membres les plus actifs et leur soumettre ainsi vos questions ou thèmes de réflexion. Cependant, notez à cet égard que LinkedIn a supprimé, depuis mai 2014, la fonction "Polls", qui permettait jusqu'alors de réaliser des sondages au sein de groupes.

Par ailleurs, il est courant de mettre à la disposition de son réseau une plateforme en ligne – généralement sur un intranet. Si cet espace est conçu pour que les partenaires puissent y piocher les outils marketing et d'aide à la vente dont ils ont besoin (logos, fiches techniques, etc.), il peut être aussi le moyen d'héberger un lieu virtuel d'échanges, permettant aux

« Les commerciaux assurent la remontée d'informations car les enquêtes par e-mail étaient peu efficaces... »

Thierry Bagnaschino, directeur marketing d'Epson France



revendeurs de se s'interroger entre eux sur des problématiques communes, constituant ainsi un véritable outil d'entraide entre partenaires.

Juxtaposez vos outils

Enfin, tous ces outils et sont d'autant plus efficaces qu'ils s'imbriquent les uns dans les autres. C'est l'expérience qu'en fait Wavesoft, qui réunit une centaine de ses 320 partenaires tous les deux ans pour une convention de deux jours. « Lors de cette grand-messe, deux heures sont entièrement consacrées à la libre prise de parole de nos partenaires, qui nous font part de leur vision du marché et de leurs requêtes », souligne Éric Orénès. Et d'ajouter : « Nous leur distribuons un questionnaire de qualité à la fin de la convention, ce qui peut nous aider à améliorer ces rendez-vous bisannuels. » C'est d'ailleurs à l'occasion de la dernière convention que les membres du réseau ont fait savoir qu'ils souhaitaient avoir à leur disposition un outil leur permettant de collaborer entre eux. La direction a donc créé un forum on line accessible aux partenaires qui le souhaitent. Un outil qui devient de plus en plus tendance chez les entreprises en vente indirecte, pour sa praticité et son efficacité. Sans avoir toujours la réponse à chaque problème, la marque se doit de devenir un facilitateur de business! ■



DES SOLUTIONS ACQUISES AUX NOUVEAUX USAGES

Les applications ERP et CRM surfent sur le cloud et la mobilité. Les éditeurs doublent les modes de diffusion pour s'adapter aux pratiques, et ajustent les outils aux métiers en fournissant aux partenaires des API, des connecteurs et des web services.

Deux tendances majeures se dégagent autour des ERP et du CRM : la démocratisation des offres dans le cloud, et l'intégration (ou le portage) de ces offres dans les plateformes mobiles. Concernant le cloud, on constate une forte accélération des demandes d'offres ERP et surtout de CRM – effet Salesforce oblige. Même si plus de 90 % du business est toujours réalisé en mode licence traditionnel. « Nous constatons un engouement réel pour le cloud, car 25 % de nos nouveaux clients s'orientent vers ce mode de diffusion », observe Frédéric Canevet, chef de marché CRM de la division PME chez Sage. Cet engouement est partagé par

tous les interlocuteurs, y compris Thomas Cochin, directeur marketing de la division Microsoft Solutions, qui constate que les modes de diffusion offrent aux clients et aux partenaires une grande liberté dans la façon de consommer les logiciels. « Notre offre Dynamics s'offre à nos partenaires en plusieurs modes : la vente on-premise habituelle ; le provisionnement rapide d'un ERP dans notre cloud Azure, et la faculté, pour le revendeur, de l'héberger soit dans son propre data center, soit chez un tiers. » Pour le président d'E-deal, David Gotchac, on ne doit pénaliser personne : « Il n'y a pas d'engagement de durée sur notre offre CRM en SaaS. Si quelqu'un souhaite revenir en mode licence, cela ne pose aucun problème. » D'ailleurs, la commission est le sujet central. « Chez E-deal, la rétribution des partenaires s'effectue à travers une remise sur l'abonnement. De plus, nous avons inventé un mécanisme de points pour créer du comarketing, c'est-à-dire un budget qui finance leurs opérations dans ce domaine », indique David Gotchac, chez E-deal. « Les partenaires réalisent une marge à vie avec le cloud ! Jusqu'à 60 % la première année, 30 % ensuite », rebondit Frédéric Canevet.



deux écoles s'affrontent autour du déconnecté et du connecté, auxquels l'éditeur répond avec des solutions dédiées sur smartphone et sur tablette. Et chez Salesforce, la mobilité est intégrée dans la plate-forme Salesforce1. Enfin, chez EBP, Frédéric Dannery, directeur commercial, annonce l'arrivée d'une version mobile de son CRM. ■



« Le développement de notre plate-forme Salesforce1 est orienté vers la mobilité »

Olivier Nguyen Van Tan,
responsable marketing
Europe du sud chez Salesforce

Les éditeurs prennent le virage de la mobilité

Hormis le cloud, un mouvement s'est accéléré : la mobilité. WaveSoft en est l'exemple. « La mobilité passe même avant le cloud. Nous venons d'adapter notre offre, grâce à la V17, à un usage mobile sous Windows. Mais certains de nos partenaires la rendent accessible depuis tous les postes », relève Éric Orenes, directeur commercial. Chez Sage,

RENDRE INTEROPÉRABLES LES APPLICATIONS

« Nos partenaires accèdent au module Dev Center pour développer des briques métier autour de notre application SaaS Idyllis. Ce Dev Center renferme des connexions aux web services, mais contient aussi des API et des fonctions de paramétrage. C'est une boîte à outils », souligne Jérémie Grégoire, responsable marketing de Divalto. Connecteurs avec Exchange, Notes, BlueMind, bibliothèques d'API, web services, etc. : ces outils ont pour but, d'une part, de rendre interopérables les applications ERP et CRM avec les logiciels collaboratifs, verticaux ou métier et, d'autre part, de réaliser des développements spécifiques pour les besoins des clients. Ces outils représentent ainsi une manne pour les revendeurs. Et pour Thomas Cochin, directeur marketing de la division Microsoft Solutions, avec des prestations de plus en plus orientées métier, les revendeurs gagnent en rentabilité.



Dossier | **Outils de gestion** | Cas client

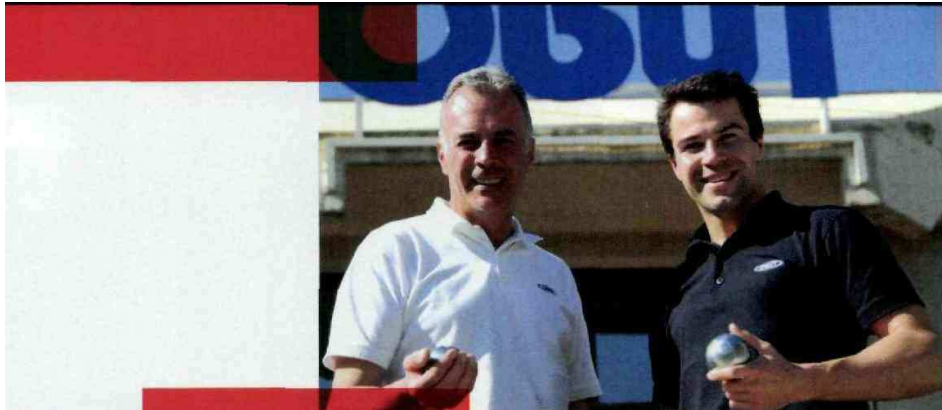
Par Pierre-Antoine Merlin, à Saint-Bonnet-le-Château (Loire)

L'ÉCONOMIE NUMÉRIQUE TOUCHE OBUT

Conçu par l'éditeur WaveSoft, le progiciel qui pilote l'unité de production des célèbres boules de pétanque est mis en œuvre par l'intégrateur PS@I. Une belle doublette pour un carreau technique et commercial parfait, entièrement *made in France*.

Après une heure d'autocar à travers les lacets escarpés du Forez, ce massif montagneux en aplomb de Saint-Étienne, le voyageur éreinté est satisfait de son effort.

Car la route débouche sur un gros village surmonté d'une usine discrète comme fondue dans le paysage. C'est donc en toute modestie, loin des autoroutes et des TGV, que vit et travaille l'unité de production des boules de pétanque Obut, la référence mondiale incontestée des spécialistes. « Nous sommes une entreprise familiale connue et reconnue sur notre secteur d'activité, souligne Pierre Souvignet, président du groupe, en accueillant ses hôtes. Nous avons ressenti le besoin d'accélérer notre développement, et gérer l'entreprise de façon plus homogène, ce qui nécessitait une mise à jour de notre informatique pour l'approvisionnement, la fabrication, l'expédition des boules et toute la gestion administrative. » D'où ce recours, en 2012, à l'éditeur d'ERP WaveSoft, rapidement complété par un intégrateur de proximité, le groupe PS@I. Leur mission commune : unifier le système d'information, exceptée la paie, externalisée pour l'instant. Mais même sans ce module crucial, la tâche est immense. Ce sont en effet deux millions de boules de pétanque qui sortent, chaque année, de la fonderie de Saint-Bonnet-le-Château. On y forge, soude, usine, polit, strie les boules, le tout selon une haute exigence de précision. Dans le cadre de ce projet, il faut d'abord choisir le fournisseur. Après un tour de piste rapide chez les « grands »



Pierre Souvignet, président du groupe Obut, et son fils, Romain, directeur général.

« Nous nous sommes engagés à fournir tous les modules »

Éric Orenes, directeur commercial de WaveSoft



de l'ERP, le choix se porte sur un éditeur plus modeste, mais bien spécialisé et très présent : WaveSoft. « Nous nous sommes engagés à fournir tous les modules dont Obut avait besoin », explique Éric Orenes, son directeur commercial. Mais à elle seule, cette entreprise n'aurait pas été en mesure d'intégrer les dispositifs. D'où le choix d'un intégrateur connaissant l'histoire et la culture d'Obut. C'est ainsi que PS@I, issu de la région, est retenu.

Faire adhérer le personnel au projet et le former

Quant au cahier des charges, sa rédaction précède le déploiement sur neuf mois. Le temps nécessaire à la réflexion, à la consultation et à l'implication des principaux utilisateurs. Ensuite seulement, le triptyque éditeur-intégrateur-client produit ses effets. C'est d'abord la comptabilité qui est concernée, puis la gestion

commerciale et la relation client. Viendra, à la fin, la partie production, là où tout se joue. « Ce n'est pas tant la technique qui est complexe à maîtriser, mais plutôt l'aspect formation, et même culturel, qu'il faut gérer. Car l'objectif est bien de faciliter l'adhésion de tout le personnel », rappelle opportunément Philippe Souvignet. Le déploiement de l'ERP WaveSoft est à peu près terminé. L'adhésion humaine est palpable dans les ateliers comme sur le boulodrome. Philippe Souveton, directeur général de PS@I, observe le travail accompli avec une certaine satisfaction, car au sein de ce projet d'envergure, chacun aura trouvé sa place. « Peu de développements spécifiques ont été requis au cours de ce long processus. En revanche, nous avons effectué de nombreux paramétrages au sein du noyau WaveSoft. » La suite est toute tracée : la partie décisionnelle montera en charge conjointement à celle des réseaux sociaux. Éliane Courtin, responsable informatique et, à ce titre, « personne-ressource », y veille avec une attention précise mais exempte de fébrilité. Exactement comme... un joueur de pétanque ? ■





OBUT

L'informatique au service du leader mondial de la boule

Deux millions de boules Obut sortent chaque année de la fonderie de Saint-Bonnet-Le Château, dans la Loire. Le 100 % fabrication France a encore de beaux jours devant lui à condition d'innover, d'exporter, d'investir. Obut a justement fortement investi dans un nouveau système ERP d'informations.

Le travail a duré plus d'un an avec PSAI, conseil informatique (Haute-Loire) en charge de l'infogérance pour la mise en place de l'ERP Wavesoft (Annecy), deux PME qui ont accompagné le projet jusqu'à la complète autonomie des équipes de l'industriel. *"Nos circuits de distribution se sont largement complexifiés et étendus au fil des années, les outils informatiques métiers hétérogènes se sont multipliés en interne, les gammes se sont étoffées en réponse à la multiplicité de nos clients",* explique **Pierre Souvignet**, président de la dynamique entreprise familiale (quatrième génération et récemment labellisée "Entreprise du Patrimoine Vivant"), qui a consacré pour l'informatique plus de 250.000 euros sur les 700.000 euros investis ces récentes années pour adapter les hommes et les idées aux marchés modernes. *"Plus qu'un projet informatique, il s'agit d'un projet d'entreprise",* résume-t-il.

Obut utilise 2.500 tonnes d'acier par an qui vient principalement de France et de Suisse, un acier de qualité à base de minerais, travaillé et valorisé dans une usine de 12.000 m² où un parc de machines "historiques", suisses et allemandes, et parfois réalisées in situ, côtoie mainte-

nant quelques robots. L'entreprise emploie 110 personnes. Elle réalise 16 millions d'euros de chiffre d'affaires dont 10 % à l'export, en Europe (Scandinavie, Espagne...), Asie (Thaïlande) et environ une cinquantaine de pays, un pourcentage qui devrait flirter avec les 25-30 % à l'horizon 2020. La société compte 8.000 clients revendeurs, 250.000 clients particuliers de plus en plus nombreux avec internet, les boutiques d'accessoires et vêtements associés et le concept innovant de restaurant, Carré Pétanque, qui se développera dans plusieurs villes.

La fabrication se répartit à 50-50 entre la boule compétition et la boule sport-détente et les 15 modèles de base se déclinent en une multiplicité de variantes en poids, dureté, diamètre, stries et personnalisation. Les cochonnets multicolores sont fabriqués dans le Jura. Une triplette oscille entre 40 et 280 euros. *"Il a fallu que Wavesoft s'adapte à notre base Produits afin de permettre la saisie de la commande selon notre référentiel. Des contrôles ont été rajoutés. Nous avons des canaux de distribution direct et indirect*

donc des clients facturés en TTC et d'autres en HT ce qui génère la tenue de deux journaux de vente différents et que Wavesoft a pu gérer", remarque **Éliane Courtinél**, DSI.

Côté logistique, Wavesoft a été connecté à d'autres outils utilisés par les partenaires, fournisseurs et clients de la société comme l'EDI des grandes surfaces ou les logiciels des transporteurs. Obut travaille avec Heppner pour les colis de plus de 30 kg, GLS pour les colis de moins de 30 kg, Afrac Services, à Andrezieux, pour de gros volumes pour la grande distribution et les surfaces spécialisées. Chaque jour, la société de Saint-Bonnet expédie une centaine de colis allant jusqu'à 300 au printemps et en été via Colissimo et Chronopost. Une boule pèse de 650 à 800 grammes. Wavesoft a été aussi relié au logiciel de préparation de commandes (Logitimum) utilisé en interne.

24 millions de Français jouent à la pétanque, 72 % utilisent la fameuse marque Obut. Pierre Souvignet estime à 22 millions d'euros le marché mondial de la pétanque, *"un jeu à la mode",* dit-il. Cela tombe bien, il peut doubler sa capacité de production...

Annick BÉROUD

"2 millions de boules Obut par an 100 % made in France"



L'usine Obut de Saint-Bonnet-le-Château, dans la Loire

GUIDE D'ACHAT Le choix d'un logiciel de comptabilité est une tâche difficile face à la pluralité de l'offre. Vous devez tenir compte de l'ergonomie, la simplicité d'utilisation ou encore des mises à jour avec la législation fiscale.

PAR MALLORY LALANNE

Logiciel de comptabilité : faites le bon choix

Des interfaces intuitives et simplifiées, des services accessibles à distance... l'offre des éditeurs de logiciels de comptabilité est pléthorique. Il n'est pas toujours facile de choisir une solution adaptée à votre activité et à la taille de votre entreprise. Sachez tout d'abord que vous avez le choix entre la location en ligne d'un logiciel via le mode SaaS (Software as a Service ou, en français, "logiciel en tant que service"), ou l'achat en licence. Le SaaS met à disposition un logiciel accessible en ligne, ne nécessitant aucun programme d'installation et apportant un service clés en main (mise à jour automatique et sauvegarde des données auprès de l'éditeur). Vous pouvez donc y accéder depuis n'importe quel ordinateur connecté à Internet, juste à l'aide d'un mot de passe et d'un identifiant. Vous devez cependant accepter que les données confidentielles de votre entreprise soient stockées sur un serveur externe. « La gestion collaborative de la comptabilité est facilitée. L'expert-comptable et le dirigeant ont accès en temps réel aux mêmes informations. Le travail peut ainsi être partagé facilement entre les deux parties », précise Pierre d'Agrain, expert-comptable au sein du réseau d'Exco. Si vous êtes temporairement indisponible, l'expert-comptable peut aisément reprendre la main sur la comptabilité. Autre avantage procuré par le mode SaaS : sa formule économique.

L'abonnement mensuel « varie entre 30 et 40 euros HT par mois », précise Pierre d'Agrain. À ce tarif de base, la facture est toutefois susceptible de s'alourdir en fonction des modules utilisés et du nombre de personnes connectées. « Le mode SaaS représente l'avenir, mais trop peu de TPE adoptent cette solution. Les fonctionnalités de ces outils sont encore peu adaptées aux commerçants. Ces derniers vont devoir connecter leur caisse à la comptabilité et auront besoin de la fonctionnalité de la gestion des stocks », souligne Pierre d'Agrain.

Des spécificités métiers

Ces spécificités métiers sont, en revanche, souvent présentes dans les logiciels de comptabilité "classiques" proposés en mode licence. Leurs atouts ? Une plus grande confidentialité de vos données comptables et une possibilité de personnaliser le logiciel grâce à des développements spécifiques liés à votre profession. De plus, vous ne dépendez pas d'Internet, ce qui peut s'avérer utile en cas de

perte de connexion. L'achat de la licence d'un logiciel de comptabilité reste toutefois plus coûteux. Comptez entre 140 et 500 euros HT. À ce tarif de base, il vous faut ajouter, selon les éditeurs de logiciel, entre 100 et 200 euros HT par an pour la maintenance.

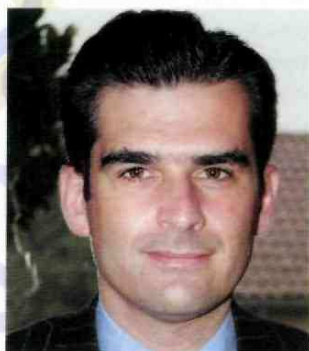
En fonction du choix que vous allez opérer, « vous devez en premier lieu analyser vos besoins », conseille Frédéric Gimenez, expert-comptable au cabinet Lassus. Votre expert-comptable vous donnera sans doute des conseils précieux pour définir les fonctions exactes que le programme devra remplir. Vous éviterez ainsi de vous orienter vers un produit aux capacités surdimensionnées, par conséquent plus onéreux, ou vers une solution bas de gamme trop simpliste, qui ne permettra pas de couvrir tous les besoins de votre société.

Une ergonomie familière

Deuxième critère : l'ergonomie du produit. « L'environnement numérique du logiciel doit vous être

familier et doit s'avérer simple d'utilisation », explique Frédéric Gimenez. Si vous avez l'habitude de travailler avec Windows, par exemple, il vous sera plus facile d'utiliser Compta Pratic d'EBP, Sage Start Compta-Factures, WaveSoft ou Ciel Bâtiment, qui sont tous disponibles sur cette interface graphique. Si vous êtes sur Mac, optez pour Cogilog. Troisième et dernier point à prendre en considération : assurez-vous de la fiabilité du logiciel. Selon Frédéric Gimenez, « celle-ci repose essentiellement sur son homologation par les services fiscaux ». Depuis le 1^{er} janvier 2014, vous avez l'obligation de conserver et de présenter votre comptabilité aux contrôleurs fiscaux sur un support informatique selon un format bien précis, prévu par l'arrêté du 29 juillet 2013. Pour ce faire, Infocert, une société indépendante œuvrant dans le domaine de l'expertise et la certification de produit et système délivre le label "NF logiciel de comptabilité informatisée", en vue de garantir la conformité à cette exigence. Sage, Ciel, EBP et WaveSoft en sont titulaires, notamment grâce à la mise en place d'un système d'archivage qui facilite la présentation de vos données comptables en cas de contrôle fiscal. Quant à Cogilog Compta et Cegid, s'ils n'ont pas reçu cette certification, ils proposent néanmoins d'exporter tout ou partie de l'exercice directement au format requis et compatible au logiciel analytique de l'administration fiscale. Avant de vous lancer, sachez que la plupart des éditeurs proposent des versions tests de 30 jours. N'hésitez donc pas à établir une comparaison entre plusieurs logiciels. ■

(Suite p. 40)



« Le mode SaaS représente l'avenir, mais trop peu de TPE adoptent cette solution. »

Pierre d'Agrain, expert-comptable au sein du réseau d'Exco



>>>

Comparatif des logiciels de comptabilité

Logiciels de comptabilité	Prix d'achat	Prix de location en ligne	Fonctionnalités
EBP Compta Pratic	106,92 € HT	-	<ul style="list-style-type: none"> - Environnement familier proche de vos outils bureautiques. - Masques de saisie préparamétrés pour enregistrer simplement vos écritures achats, ventes et bancaires. - Déclaration de TVA agréée par la Direction générale des finances publiques.
Cegid Quadra Compta Duo	150 € HT	16€HT par mois et par utilisateur	<ul style="list-style-type: none"> - Saisies standard et spécialisées (saisie caisse, sur trame...). - Lettrage automatique. - Saisie "orientée": achats, ventes, caisse et trésorerie. - Édition relances clients. - Édition journaux, balances et grands-livres. - Imprimante PDF éditions légales au format PDF. - Export Excel par simple clic à partir d'une édition affichée à l'écran (balance, grand livre, etc.). - Envoi des relevés de compte par e-mail.
Cogilog (Pour Mac)	184 € HT	-	<ul style="list-style-type: none"> - Importation des comptes et des écritures issus d'un autre logiciel. - Intégration de la gestion des immobilisations, du rapprochement bancaire, du suivi des clients et des fournisseurs. - Sortie des documents comptables (bilan, compte de résultat...). - Édition entièrement automatique des imprimés fiscaux.
Sage Apicommerce de détail	À partir de 492 € HT	À partir de 29 euros HT par mois	<ul style="list-style-type: none"> - Ergonomie conviviale. - Impressions comptables: l'ensemble des documents comptables avec bilan, soldes intermédiaires de gestion, compte de résultat. - Comptabilité auxiliaire et analytique. - Balance âgée, échéancier. - Contrôle de caisse et déclaration de taxe. - Gestion des moyens de paiement, du risque client, des immobilisations, des virements internationaux. - Calcul automatique TVA et télédéclaration
WaveSoft	À partir de 490 € HT	-	<ul style="list-style-type: none"> - Logiciel en réseau (nombre d'utilisateurs illimité) avec accès sécurisé en mobilité. - Multisociété, multi-établissement, multidevise, multi-exercice et période, multitype d'écriture (simulation, normale et validée) et multi-échéance. - Assistants et modèles de saisie paramétrables, calcul automatique de la TVA sur débit et encaissement. - Paramétrage poussé du logiciel: personnalisation des états d'impression et des fiches. - Administration des droits fonctionnels et confidentialité par utilisateur.
Ciel Compta	-	À partir de 9 €HT par mois	<ul style="list-style-type: none"> - Affinement de vos prix de ventes en suivant précisément vos déboursés sec, vos coefficients de frais généraux et vos marges. - Accompagnement et enrichissement de vos devis par l'insertion d'images, de photos, etc. - Transfert en un clic de vos devis en factures jusqu'au règlement de vos clients. - Suivi et contrôle de vos dépenses et coûts. - Édition automatique de la liste des fournitures à commander auprès de vos fournisseurs.



GUIDE D'ACHAT Le choix d'un logiciel de comptabilité est une tâche difficile face à la pluralité de l'offre. Vous devez tenir compte de l'ergonomie, la simplicité d'utilisation ou encore des mises à jour avec la législation fiscale.

PAR MALLORY LALANNE

Logiciel de comptabilité : faites le bon choix

Des interfaces intuitives et simplifiées, des services accessibles à distance... l'offre des éditeurs de logiciels de comptabilité est pléthorique. Il n'est pas toujours facile de choisir une solution adaptée à votre activité et à la taille de votre entreprise. Sachez, tout d'abord, que vous avez le choix entre la location en ligne d'un logiciel en mode SaaS ("Software as a Service" ou, en français, "logiciel en tant que service"), ou l'achat en licence. Le SaaS met à disposition un logiciel accessible en ligne, ne nécessitant aucun programme d'installation et apportant un service clés en main (mise à jour automatique et sauvegarde des données auprès de l'éditeur). Vous pouvez donc y accéder depuis n'importe quel ordinateur connecté à Internet, simplement à l'aide d'un mot de passe et d'un identifiant. Vous devez ainsi accepter que les données confidentielles de votre entreprise soient stockées sur des serveurs externes. « La gestion collaborative de la comptabilité est facilitée. L'expert-comptable et le dirigeant ont aux mêmes informations. Le travail peut ainsi être partagé facilement entre les deux parties », précise Pierre d'Agrain, expert-comptable au sein du réseau d'Exco. Si vous êtes temporairement indisponible, l'expert-comptable peut ainsi aisément reprendre la main sur la comptabilité. Autre avantage procuré par le SaaS : sa formule économique. L'abonnement

mensuel « varie entre 30 et 40 euros HT par mois », précise Pierre d'Agrain. À ce tarif de base, la facture est toutefois susceptible de s'alourdir en fonction des modules utilisés et le nombre de personnes connectées. « Le mode SaaS est l'avenir mais trop peu de TPE adoptent cette solution. Les fonctionnalités de ces outils sont encore peu adaptées aux métiers du bâtiment. Un artisan dans ce secteur a notamment besoin de la gestion des devis et des chantiers », souligne Pierre d'Agrain.

Des spécificités métiers

Ces particularités liées à l'activité sont en revanche souvent présentes dans les logiciels de comptabilité "classiques", proposés en mode licence. Leurs atouts ? Une plus grande confidentialité de vos données comptables et une possibilité de personnaliser le logiciel grâce à des développements spécifiques liés à votre profession. De plus, vous ne dépendez pas d'Internet, ce qui peut être utile en cas de panne de la connexion au réseau. L'achat de la licence

d'un logiciel de comptabilité reste toutefois plus coûteux. Comptez entre 140 et 500 euros HT. À ce tarif de base, il vous faut ajouter entre 100 et 200 euros HT par an de maintenance selon les éditeurs de logiciel.

« Vous devez en premier lieu analyser vos besoins », conseille Frédéric Gimenez, expert-comptable au cabinet Lassus. Votre expert-comptable vous donnera sans doute des conseils précieux pour définir les fonctions exactes que le programme devra posséder. Vous éviterez ainsi de vous orienter vers un produit aux capacités surdimensionnées, par conséquent plus onéreux, ou vers une solution bas de gamme trop simpliste qui ne permettra pas de couvrir les besoins de la société.

Une ergonomie familière

Deuxième critère : l'ergonomie du produit. « L'environnement numérique du logiciel doit vous être familier et doit s'avérer simple d'utilisation », explique Frédéric Gimenez. Si vous avez l'habitude de travailler avec Win-

dows, par exemple, il vous sera plus facile d'utiliser Compta Pratic d'EBP, Sage Start Compta-factures, WaveSoft ou Ciel Bâtiment, qui sont tous disponibles sur cette interface graphique. Si vous êtes sur Mac, optez plutôt pour Cogilog, entièrement dédié à l'univers de cette marque.

Troisième et dernier point à prendre en considération : la fiabilité du logiciel. Selon Frédéric Gimenez, « celle-ci repose essentiellement sur son homologation par les services fiscaux. » Depuis le 1^{er} janvier 2014, vous avez l'obligation de conserver et de présenter votre comptabilité aux contrôleurs fiscaux sur un support informatique selon un format bien précis, prévu par l'arrêté du 29 juillet 2013.

Pour ce faire, Infocert, une société indépendante œuvrant dans le domaine de l'expertise et la certification de produit et système, délivre le label "NF logiciel de comptabilité informatisée" en vue de garantir la conformité à cette exigence. Sage, Ciel, EBP et Wavesoft en sont titulaires, notamment grâce à la mise en place de système d'archivage qui facilite la présentation de vos données comptables en cas de contrôle fiscal. Quant à Cogilog Compta et Cegid, s'ils n'ont pas reçu cette certification, ils proposent néanmoins d'exporter tout ou partie de l'exercice directement au format requis et compatible au logiciel analytique de l'administration fiscale.

Avant de vous lancer, sachez que la plupart des éditeurs proposent des versions tests de 30 jours. N'hésitez donc pas à établir une comparaison entre plusieurs logiciels. ■

(Suite p. 56)



« Le mode SaaS est l'avenir mais trop peu de TPE adoptent cette solution. »

Pierre d'Agrain, expert-comptable au sein du réseau d'Exco

Comparatif logiciels de comptabilité

Logiciels de comptabilité	Prix d'achat Droit d'entrée	Prix de location en ligne	Fonctionnalités
EBP Compta Pratic 2015 + services VIP	À partir de 139 € HT	À partir de 12 € HT/mois	<ul style="list-style-type: none"> - Tout en un : devis, factures, comptabilité (déclaration de TVA, bilan...). - 40 modèles de devis et factures prêts à l'emploi ou à personnaliser avec votre logo. - De nombreux assistants et des contrôles réguliers pour garantir l'exactitude des données. - Accès immédiat et en temps réel aux indicateurs-clés de performance sur les tableaux de bord. - Statistiques par clients et par articles : évolution du chiffre d'affaires, de la marge, palmarès clients...
Cegid Quadra Compta duo	150 € HT	Solos devis-facturation 16,00 € HT/mois	<ul style="list-style-type: none"> - Saisies standard et spécialisées (saisie caisse, sur trame...). - Lettrage automatique. - Saisie "orientée" : achats, ventes, caisse et trésorerie. - Édition relances clients. - Édition journaux, balances et grands-livres. - Imprimante PDF, éditions légales au format PDF. - Export Excel par simple clic à partir d'une édition affichée à l'écran (balance, grand livre, etc.) - Envoi des relevés de compte par e-mail.
Cogilog (Pour Mac)	À partir de 190 € HT	-	<ul style="list-style-type: none"> - Importation des comptes et des écritures issus d'un autre logiciel. - Intégration de la gestion des immobilisations, du rapprochement bancaire, du suivi des clients et des fournisseurs. - Sortie des documents comptables (bilan, compte de résultat...). - Édition entièrement automatique des imprimés fiscaux.
Sage Batigest standard	À partir de 408 € HT	À partir de 29 € HT/mois	<ul style="list-style-type: none"> - Émission simple de devis. - Réalisation d'études de prix complexes. - Gestion du déboursé et du prix de revient. - Maîtrise des marges. - Édition automatique de factures. - Gestion des cycles d'achats et de la relation avec les fournisseurs. - Contrôle et gestion du temps de travail par salariés et par chantier. - Gestion comptable et financière de votre entreprise. - Gestion des ressources humaines en conformité avec les obligations légales.
Ciel Bâtiment	499 € HT	À partir de 9 € HT/mois	<ul style="list-style-type: none"> - Chiffrage des devis en insérant des tranches et des ouvrages de travaux. - Affinement de vos prix de ventes en suivant précisément vos déboursés sec, vos coefficients de frais généraux et vos marges. - Accompagnement et enrichissement de vos devis par l'insertion d'images, de photos, etc. - Transfert en un clic de vos devis en factures jusqu'au règlement de vos clients. - Suivi et contrôle de vos dépenses et coûts. - Édition automatique de la liste des fournitures à commander auprès de vos fournisseurs. - Facturation de vos clients en fonction de l'état d'avancement des travaux. - Suivi précis des consommations et de la main-d'œuvre de vos salariés, par chantier. - Création rapide de vos propres ouvrages avec matériaux et main-d'œuvre - Accès en un clic à vos analyses chantiers et visualisation rapide de la rentabilité d'une affaire (prévu/réalisé), des statistiques... - Transfert de vos écritures d'achats et de ventes dans Ciel Compta.
WaveSoft	À partir de 500 € HT	-	<ul style="list-style-type: none"> - Logiciel en réseau (nombre d'utilisateurs illimité) avec accès sécurisé en mobilité. - Multisociété, multi-établissement, multidevise, multi-exercice et période, multitype d'écriture (simulation, normale et validée) et multi-échéance. - Assistants et modèles de saisie paramétrables, calcul automatique de la TVA sur débit et encaissement... - Paramétrage du logiciel poussé : personnalisation des états d'impression et des fiches administration des droits fonctionnels et confidentialité par utilisateur.

Carreau parfait pour Obut avec son nouvel ERP



Leader incontesté de la boule de pétanque, Obut se dote d'un ERP pour faire face à de nouveaux défis. Chaque année, 2 millions de boules de la marque sortent de son unique usine, située à Saint-Bonnet-du-Château, une petite commune de la Loire, à 40 km de Saint-Étienne. Elles sont dans les mains des trois quarts des joueurs français et se lancent également en Europe et en Asie. 10 % du chiffre d'affaires de l'entreprise créée dans les années 50 proviennent en effet de ses ventes à l'étranger, et Pierre Souvignet, son président, aimerait que cette part augmente jusqu'à 30 % d'ici à 2020, tout en poursuivant la progression de ses parts de marché en France.

Pour faire face à l'ensemble de ces défis, le dirigeant a décidé, en 2012, de mettre en place l'ERP de

La boule de pétanque se porte bien. Elle s'exporte de mieux en mieux et se vend facilement désormais via Internet. Pour faire face à la croissance de l'entreprise, Obut, numéro 1 mondial de la boule de pétanque dont l'usine est située près de Saint-Étienne, a mis en place l'ERP de WaveSoft, comprenant des modules CRM et WMS.

WaveSoft. Intégré par la société PSAI, le logiciel est opérationnel depuis mars 2013. Jusqu'alors, de la production à l'expédition, en passant par le service commercial, la comptabilité et les ressources humaines, l'entreprise était gérée par silo, et chaque canal de distribution avait son système d'information. Désormais, tout est centralisé, quelle que soit l'origine de la commande, qu'elle vienne d'un particulier ou d'un distributeur. « Entre la concurrence chinoise

émergente et la grande distribution qui se recentre sur l'agro-alimentaire – 60 % de nos produits étaient auparavant vendus par ces enseignes. Il n'y en a plus que 30 aujourd'hui – nous avons entamé il y a plusieurs années une diversification de nos canaux de distribution, explique Pierre Souvignet. 20 % de nos ventes viennent des commandes passées sur notre site Internet, 30 % proviennent de nos trois boutiques en propre et des ventes sur le terrain. Les 50 % restantes se font chez les distributeurs spécialisés comme Décathlon, GoSport ou encore Intersport ». Et pour faire vivre ses canaux, le président a estimé l'ancien système d'informations dépassé. « Il nous fallait un seul et même outil pour répondre à tous nos besoins, ce que l'ancien système ne pouvait pas faire. Nous avons alors fait appel à l'intégrateur PSAI, qui travaille



principalement dans la région et avec qui nous avons déjà été en contact auparavant ».

Pas d'accompagnement au changement pour la logistique.

Pour la partie logistique, trois circuits coexistaient dans l'entrepôt : l'un pour le B to B, un autre pour le B to C et un troisième pour Decathlon qui exige son propre système d'étiquetage. Si un accompagnement au changement a été nécessaire pour tous les autres services de l'entreprise, la trentaine d'opérateurs en charge de la préparation de commandes et des expéditions se sont habitués en très peu de temps à la nouvelle organisation. Le célèbre « papier-crayon » a été remplacé par des terminaux mobiles, leur permettant d'expédier aux particuliers (un tiers des commandes) et aux distributeurs, les 20 à 300 colis quotidiens, constitués de 1 à 8 jeux de trois boules, en moins de temps, avec moins de risque d'erreur... et avec moins de fatigue, puisque chaque « triplé » pèse en moyenne 2,3 kg. Aujourd'hui, il suffit de scan-

ner le bon de préparation, puis chaque ligne de ce bon et d'aller à l'emplacement indiqué sur le terminal et de scanner le code-barres apposé sur le rayonnage. L'inventaire se fait ainsi en temps réel, sans besoin d'aller saisir les informations dans le système informatique, permettant à la production de se caler immédiatement, évitant les ruptures de stock temporaires et des délais de livraison plus importants. Environ 8 000 références de boules, correspondant à des diamètres, des poids et des stries différentes, sont stockées sur la moitié du site de 12 000 m². « Toutes les références du catalogue ne sont pas stockées, explique Julien Lacour, le technicien de production nouvellement embauché par Obut, à l'occasion de la mise en place de l'ERP. Certaines sont fabriquées à la commande car peu demandées et d'autres, au succès confirmé, sont toujours en plusieurs exemplaires dans les rayonnages ».

Avec le module Kheos Packing de WaveSoft, comprenant un WMS, toutes les commandes sont centralisées et préparées au même endroit.

Le stockage s'étend sur la moitié du site de 12 000 m². Les jeux sont stockés en fonction de leur poids, du diamètre des boules et des stries qui les différencient lors des parties de pétanque.

Une fois la commande préparée, le bon de transport est édité automatiquement au poste d'emballage, grâce au TMS de Logitimum intégré par PSAI, pour une livraison assurée par Colissimo et Chronopost quand le destinataire est un particulier, par Heppner lorsque le colis pèse plus de 30 kg et par GLS lorsqu'il pèse moins. Le transporteur Afrac Services s'occupe lui des gros volumes, et charge des camions complets. Certains particuliers demandent de plus une personnalisation de leur jeu, et dans ce cas, avant l'expédition, les boules font un détour par l'atelier de personnalisation où elles sont gravées sur le modèle communiqué par le client.

Bientôt un site B to B pour développer les ventes à l'étranger.

La mise en place de l'ERP de WaveSoft, avec un module de CRM (Customer Relationship Management) intégré permet donc également de mieux identifier les besoins des clients, de planifier la production plus en amont, et avec une édition automatique des documents nécessaires, du bon de commande au bon de transport, en passant par la facturation. Obut compte aujourd'hui 8 000 revendeurs et 250 000 particuliers dans sa base de données. Avec une croissance estimée à 7 % par an pour le chiffre d'affaires global, avec 15 à 20 % pour le seul e-commerce, la mise à plat informatique était devenue urgente. « Nous avons maintenant une vision globale d'informations qui étaient avant éparpillées dans tous nos services », se réjouit Pierre Souvignet. Le logiciel a de plus donné quelques idées supplémentaires au dirigeant pour développer son activité à l'étranger.

Avec ses 110 employés, Obut reste une PME familiale qui aurait du mal à implanter une succursale dans chacune des 15 régions du monde où elle vend ses produits. Aujourd'hui encore, les revendeurs de la marque basés en Europe et en Asie passent commande auprès de l'entreprise,

Des « lopins », des galettes et des coquilles

Tous les ans, Obut réceptionne environ 2 500 t d'acier, provenant exclusivement de France et de Suisse, pour un alliage formulé pour répondre aux exigences de qualité de l'entreprise. Cet acier est livré en barres de 6 m, rompues (et non sciées) ensuite par « lopins », des cylindres d'environ 430 grammes. Chauffés entre 900 et 1 000 degrés, ces lopins sont écrasés pour former une galette, qui est frappée à l'étape d'après, la transformant ainsi en coquille. Après avoir été préparées à la soudure, deux coquilles sont assemblées pour former une boule creuse qui sera polie et striée selon différents modèles. Les boules sont pesées puis triées en fonction de leur poids, à plus ou moins quelques grammes, afin de former des jeux de trois



Les « lopins », cylindres de 430 grammes, sont chauffés à 1 000 degrés, écrasés en galettes, et frappés pour devenir une coquille, la moitié d'une boule de pétanque.

boules homogènes. En fonction de ses particularités, de sa qualité, de sa personnalisation et de sa certification pour les compétitions, un jeu de trois boules peut coûter entre 30 et 300 €.

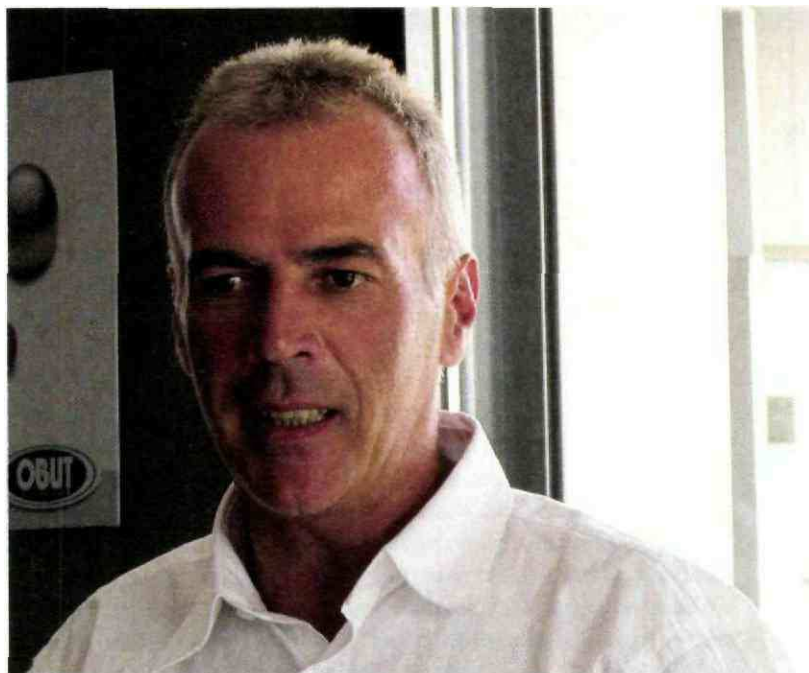
Deux modèles de production sont à l'œuvre sur le site : l'un en fonction d'un schéma directeur déterminé à l'avance et en fonction de la prévision des ventes, et un autre pour les modèles moins demandés qui seront alors fabriqués à la commande. Au total, deux millions de boules sortent ainsi de l'usine tous les ans, et Pierre Souvignet, le président d'Obut, estime que les ventes devraient continuer à progresser dans les prochaines années. Il n'aura pas pour autant besoin de déménager son usine de Saint-Bonnet-du-Château. « Nous travaillons aujourd'hui de 7 à 15 h. S'il y a besoin, nous pourrions donc doubler notre production en passant en 2 X 8 par exemple », explique-t-il.

par téléphone, par mail, ou par courrier. Demain, grâce au nouvel ERP et à la centralisation des données, un site B to B leur sera dédié leur permettant de se réapprovisionner plus rapidement et plus facilement, puisque toutes les règles de gestion, tarifaire, de transports, de délais de livraison, sont préétablies dans le

système. « Cela nous permet également de savoir immédiatement si le distributeur a payé sa précédente commande », ajoute Eliane Courtinel, responsable informatique de Obut. « En B to C, c'est plus simple, puisque les produits sont payés dès la commande, avant l'expédition ». Pour toutes les commandes, Obut est

désormais capable de livrer en J + 1 pour un ordre donné avant midi. Depuis la mise en place de l'ERP et de ses modules, CRM et WMS, les effectifs de l'entreprise se sont stabilisés, permettant d'embaucher en CDI des CDD et de réduire l'appel à l'intérim en période de pic saisonnier, entre mars et juillet. Entre les infrastructures logicielles installées, la formation des équipes, l'accompagnement, et les licences, le projet aura coûté 250 000 € à Obut. Le dirigeant ne manquera pas de continuer à amortir cet investissement en développant encore de nouveaux canaux de distribution, comme le « click and collect », permettant de passer sa commande en ligne et de retirer la marchandise dans les magasins, déjà en projet.

Éloïse Leydier



Aujourd'hui 20 % de nos ventes viennent des commandes passées sur notre site Internet, Pierre Souvignet, président d'Obut, et petit-fils de l'un des fondateurs.

Articles

■ Obut transforme son SI en s'appuyant sur l'ERP Wavesoft

03/10/2014 :: Acteur majeur dans le domaine de la boule de pétanque, Obut a modernisé son système d'information pour mieux réagir aux évolutions du marché. Remplaçant un ensemble d'applications dédiées, l'ERP Wavesoft lui fournit un outil informatique centralisé, cohérent et évolutif.



Obut est une entreprise familiale spécialisée dans la fabrication des boules de pétanque. Employant 110 personnes, son chiffre d'affaires progresse chaque année de 5 à 7 %. En 2013, il a atteint 16 M€. Principal fabricant d'un secteur dont le marché mondial s'élève à 25 M€, toute sa fabrication s'effectue à Saint-Bonnet-le-Château (Loire), où la société a débuté ses activités à la fin des années 50.



Machine de fabrication des coquilles

Les boules sont fabriquées soit à partir de plaques, soit à partir de barres d'acier. La fabrication à partir des barres débute par un découpage en "lopins". Chacun d'entre eux est transformé par forgeage en disque puis en coquille. L'assemblage et la soudure de deux coquilles forment une boule qui est ensuite

tournée, marquée, trempée, polie et éventuellement chromée. Environ 10 000 références de boules sont disponibles en fonction de la qualité de l'acier, du poids, du diamètre, des stries... certaines d'entre elles étant produites en grandes quantités, d'autres n'étant réalisées qu'à la commande. On distingue les boules de compétition des boules de loisir, mais des normes s'appliquent aux deux catégories.

Les coquilles à la sortie de la forge



La commercialisation des produits d'Obut s'effectue par de nombreux canaux : grande distribution, distribution spécialisée, magasins de sport, vente par correspondance et en ligne, sites marchands, boutiques en propre, camions. Leur poids respectif évolue dans

le temps, les nouveaux canaux prenant de plus en plus d'importance. En 2014, la grande distribution, après avoir représenté 60 % des ventes, n'en représente plus qu'environ 30 %, la distribution spécialisée en sport atteint 50 % et les 20 % restants se répartissent entre la vente directe aux particuliers à travers les trois boutiques, les camions sur le terrain et la vente en ligne. La part de l'export s'élève à 10 % des ventes, principalement en Europe (Scandinavie, Italie, Espagne) et en Asie (surtout en Thaïlande).

Un ERP cohérent pour remplacer un ensemble de logiciels dédiés

Pour gérer les différentes activités de la société, le système informatique comprenait, jusqu'en 2012, un ensemble d'applications tournant sur des serveurs IBM i (AS/400), ce qui impliquait des transferts de données entre les diverses applications voire des ressaisies, sources d'erreurs aggravées par la variété des modes de gestion. En particulier, la gestion des données des revendeurs et celle des données des particuliers étaient assurées par des logiciels différents. Pour chaque nouveau besoin, comme les nouveaux canaux numériques de distribution, il fallait mettre en place un nouveau logiciel, ce qui compliquait encore un peu plus le système. Ce mode de travail était arrivé à une impasse.

La société PSAI, qui épaula Obut pour son SI depuis 20 ans, a conseillé de remplacer le système existant par un ERP, afin de disposer d'un outil global gérant l'ensemble des activités dans une base de données commune. En l'occurrence, elle a proposé l'ERP Wavesoft, qu'elle distribue et intègre.



Pierre Souvignet,
président d'Obut

"Nous avons rencontré d'autres clients de Wavesoft, explique Pierre Souvignet, président d'Obut. L'éditeur s'est impliqué directement : il nous a rendu visite en soutien de l'intégrateur et a écouté attentivement nos remarques. Nous nous posons des questions suite à la difficulté de mise en

œuvre d'ERP par des entreprises de la région."

Rassuré par la pertinence de cette solution en termes de fonctionnalités et de budget, Obut a signé un contrat avec PSAI pour la mise en place de Wavesoft. Le projet a démarré en janvier 2012 et le démarrage de l'application s'est effectué en mars 2013. Trois personnes de PSAI ont été impliquées dans le développement de l'application, Philippe Souveton, directeur de PSAI assurant la supervision et intervenant en complément quand c'était nécessaire. Éliane Courtinel, responsable informatique, a assuré le suivi du côté d'Obut.

PSAI a commencé par analyser les flux de l'entreprise puis a établi le planning et défini les rôles et les intervenants. L'analyse de validation d'adéquation a consisté à définir le périmètre fonctionnel et les processus cibles ainsi qu'à analyser les données existantes pour déterminer le périmètre de reprise des données : dans une logique de projet raisonnable, celle-ci n'a concerné que trois ans d'historique. Puis l'intégrateur a procédé au paramétrage, à l'adaptation et la personnalisation du SI en fonction des besoins de l'entreprise.

Les modules de Wavesoft installés chez Obut (GRC : Gestion de la Relation Client – TPV : Terminaux Points de Ventes)

PSAI a accompagné Obut dans la prise en main de l'ERP. Le déploiement du SI s'est accompagné de la formation des utilisateurs clefs, représentant chaque domaine. Après des tests et un démarrage à blanc a eu lieu la formation des utilisateurs finaux. Le démarrage effectif a consisté en un basculement vers la nouvelle base de données et la mise en œuvre des fonctions de base : gestion commerciale, comptabilité, immobilisations, décisionnel, gestion de la relation client, terminaux point de vente. Pour la gestion de production, la société a procédé par étapes et le projet est toujours en cours, piloté par un jeune ingénieur embauché à la suite d'un stage.



Après la recette définitive, l'intégrateur a continué à assurer le support de l'application. "Notre objectif était de tenir la main des utilisateurs jusqu'à leur autonomie complète, explique Philippe Souveton, directeur de PSAI. C'est un projet d'entreprise plus qu'un projet informatique avec la prise en compte de tous les domaines depuis les boutiques et les camions de vente jusqu'à la production, qui n'était pas intégrée jusqu'ici, et la logistique."

Des modules complémentaires pour répondre à des besoins spécifiques

En plus des modules standards de Wavesoft, PSAI termine la mise en place de deux modules qu'il a développés au-dessus de l'ERP, et qui échangent leurs données avec lui. Kheops packing est un outil de gestion d'entrepôt qui gère les réceptions, les transferts internes, la préparation de commandes et les inventaires. L'opérateur dispose de terminaux radio sous forme de "pistolets" qui lisent les codes-barres des produits et des colis. Après validation des colis, les informations sont transmises au logiciel de gestion des transports Logtimum, qui génère les étiquettes en fonction du transporteur choisi.

Kheops Shop est un site Internet BtoB interfacé avec l'ERP Wavesoft. Destiné au commerce en ligne, il permet aux revendeurs spécialisés de passer leurs commandes : une fois identifiés, ils accèdent au catalogue et bénéficient des tarifs et des remises auxquels ils ont droit. Les documents sont édités automatiquement. Les tests avec des clients pilotes auront lieu prochainement pour un démarrage effectif prévu pour le 1^{er} janvier 2015.

"Nous avons des relations proches avec l'éditeur, assure Philippe Souveton. Tout ce que nous avons fait a été validé par Wavesoft."

Le bilan du nouveau système

Le budget du projet de refonte du système d'information s'est élevé à 250 000 €, comprenant les prestations, les licences et l'infrastructure, c'est-à-dire les serveurs Windows.

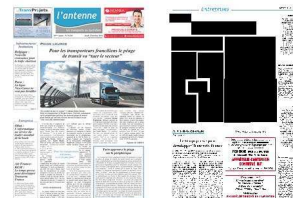
Grâce au module décisionnel de Wavesoft, la direction a une meilleure vision de ses activités. *"Auparavant, nous prenions nos décisions au doigt mouillé, reconnaît Pierre Souvignet. Aujourd'hui, il ne s'agit pas de revenir sur le passé mais d'avancer et de savoir plus vite, grâce au décisionnel, si une activité fonctionne bien ou pas et donc de réagir plus vite, ce qui a été le cas pour les boutiques par exemple."* Il permet aussi de supprimer des zones d'ombre.

Par ailleurs, le module de CRM de Wavesoft a été une nouveauté chez Obut, ce qui a permis d'améliorer la gestion des prospects et des clients, le marketing et la gestion des campagnes, grâce à la suppression des diverses feuilles Excel.

Avec 8 000 clients/revendeurs et 250 000 clients particuliers, dont beaucoup de nouveaux clients, la gestion des stocks devient cruciale. Grâce la nouvelle application, tous les stocks sont gérés de la même façon et sont au même endroit. *"Nous avons aussi la vision du stock en boutique et celle du camion sur un événement et on sait immédiatement ce qu'il a vendu. Le stock est connu en permanence"*, se félicite le président.

Une autre conséquence de la mise en place de Wavesoft est une meilleure visibilité sur l'organisation de la société. Alors qu'en 2013 Obut a employé 15 intérimaires et CDD, il n'y en a plus que 3 en 2014. En effet, jusqu'ici, les besoins s'exprimaient dans l'urgence et ils étaient mal définis. La montée en puissance de l'application Wavesoft a permis de mieux définir l'organisation : *"grâce à une définition précise des postes, il devient possible de programmer des embauches définitives en CDI, ce qui a été le cas, en particulier, pour des employés en CDD ou intérimaires, déjà sur place, qui connaissaient la société"*, conclut Pierre Souvignet.

René Beretz



OBUT INDUSTRIE

L'informatique au service du leader mondial de la boule

Deux millions de boules Obut sortent chaque année de la fonderie de Saint-Bonnet-Le Château, dans la Loire. Le 100 % fabrication France a encore de beaux jours devant lui à condition d'innover, d'exporter, d'investir. Obut a justement fortement investi dans un nouveau système ERP d'informations.

Le travail a duré plus d'un an avec PSAI, conseil informatique (Haute-Loire) en charge de l'infogérance pour la mise en place de l'ERP Wavesoft (Annecy), deux PME qui ont accompagné le projet jusqu'à la complète autonomie des équipes de l'industriel. "Nos circuits de distribution se sont largement complexifiés et étendus au fil des années, les outils informatiques métiers hétérogènes se sont multipliés en interne, les gammes se sont étoffées en réponse à la multiplicité de nos clients", explique **Pierre Souvignet**, président de la dynamique entreprise familiale (quatrième génération et récemment labellisée "Entreprise du Patrimoine Vivant"), qui a consacré pour l'informatique plus de 250.000 euros sur les 700.000 euros investis ces récentes années pour adapter les hommes et les idées aux marchés modernes. "Plus qu'un projet informatique, il s'agit d'un projet d'entreprise", résume-t-il.

Obut utilise 2.500 tonnes d'acier par an qui vient principalement de France et de Suisse,

un acier de qualité à base de minerais, travaillé et valorisé dans une usine de 12.000 m² où un

parc de machines "historiques", suisses et allemandes, et parfois réalisées in situ, côtoie maintenant quelques robots. L'entreprise emploie 110 personnes. Elle réalise 16 millions d'euros de chiffre d'affaires dont 10 % à l'export, en Europe (Scandinavie, Espagne...), Asie (Thaïlande) et environ une cinquantaine de pays, un pourcentage qui devrait flirter avec les 25-30 % à l'horizon 2020. La société compte 8.000 clients revendeurs, 250.000 clients particuliers de plus en plus nombreux avec internet, les boutiques d'accessoires et vêtements associés et le concept innovant de restaurant, Carré Pétanque, qui se développera dans plusieurs villes.

La fabrication se répartit à 50-50 entre la boule compétition et la boule sport-détente et les 15 modèles de base se déclinent en une multiplicité de variantes en poids, dureté, diamètre, stries et personnalisation. Les cochonnets multicolores sont fabriqués dans le Jura. Une tripléte oscille entre 40 et 280 euros. "Il a fallu que Wavesoft s'adapte à notre base Produits afin de permettre la saisie de la commande selon notre référentiel. Des contrôles ont été rajoutés. Nous

avons des canaux de distribution direct et indirect donc des clients facturés en TTC et d'autres en HT ce qui génère la tenue de deux journaux de vente différents et que Wavesoft a pu gérer", remarque **Éliane Courtinél**, DSI.

Côté logistique, Wavesoft a été connecté à d'autres outils utilisés par les partenaires, fournisseurs et clients de la société comme l'EDI des grandes surfaces ou les logiciels des transporteurs. Obut travaille avec Heppner pour les colis de plus de 30 kg, GLS pour les colis de moins de 30 kg, Afrac Services, à Andrezieux, pour de gros volumes pour la grande distribution et les surfaces spécialisées. Chaque jour, la société de Saint-Bonnet expédie une centaine de colis allant jusqu'à 300 au printemps et en été via Colissimo et Chronopost. Une boule pèse de 650 à 800 grammes. Wavesoft a été aussi relié au logiciel de préparation de commandes (Logtimum) utilisé en interne.

24 millions de Français jouent à la pétanque, 72 % utilisent la fameuse marque Obut. Pierre Souvignet estime à 22 millions d'euros le marché mondial de la pétanque, "un jeu à la mode", dit-il. Cela tombe bien, il peut doubler sa capacité de production...

Annick BÉROUD



L'usine Obut de Saint-Bonnet-le-Château, dans la Loire

*“2 millions
de boules Obut
par an 100 %
made in France”*



> [Lire cet article sur le site web](#)

WaveSoft lance un module de CRM mobile

WaveSoft, l'éditeur de logiciels de gestion lance un nouveau module CRM réservé aux terminaux sous Windows. Wavesoft annonce que sa solution intégrera pour la première fois un module de CRM mobile. Ceci lui permet de se connecter à la gestion commerciale de l'ERP, en mode connecté ou non et d'accéder à un large choix de fonctionnalité.

Pour promouvoir l'ouverture de son CRM au nomadisme, WaveSoft entamera cet été et jusqu'à la fin 2014 une campagne de publicité. «Les revendeurs ont bien compris que le CRM et le Décisionnel sont, dès les premiers contacts commerciaux, un atout fort pour différencier l'offre WaveSoft sur le marché très concurrentiel des outils de gestion pour TPE/PME. Ils ouvrent des perspectives à l'entreprise qui va s'équiper et la garantie que son outil saura évoluer avec ses besoins », commente Eric Orenes, directeur marketing de WaveSoft. La nouvelle version, la 17ème pour WaveSoft en 11 ans, sera disponible cet automne. De nombreuses évolutions ont été intégrées. Une baisse de prix: WaveSoft a annoncé une baisse de ses prix, qui devrait être applicable dès le 1er juillet 2014. En effet, l'édition Entreprise est annoncée avec une baisse de tarif public de 45%, pour en faciliter l'accès aux TPE.





> Lire cet article sur le site web

WaveSoft s'attend voir sa croissance bondir en 2014

Eric Orenes, directeur commercial de WaveSoft : « l'élargissement de nos équipes commerciales et marketign aura aussi un impact direct sur notre niveau d'activité. » L'éditeur de logiciels de gestion table sur une hausse de ses revenus d'au moins 20% cette année. Ce dynamisme s'est déjà confirmé lors du premier semestre écoulé. Il devrait s'amplifier durant les six mois à venir, notamment gr'ce à l'arrivée de la version 17 de l'ERP de Wavesoft et la refonte de ses gammes tarifaires.

Le Haut-Savoyard WaveSoft s'attend à ce que 2014 soit un excellent cru. Comparé à l'année précédente où son chiffre d'affaires (non communiqué) s'était apprécié de 8%, l'éditeur de logiciels de gestion estime que ses facturations bondiront cette fois-ci de 20 à 25%. L'entreprise se veut d'autant plus confiante dans l'atteinte de cet objectif qu'elle a déjà vu ses revenus croître de 17% entre janvier et juin passés. La progression attendue devrait reposer tant sur les ventes de WaveSoft dans l'Hexagone que sur celles qu'il réalise à l'international (Maghreb et Afrique francophone). L'an dernier, ces dernières ont représenté entre 15 et 20% de son activité globale. « La situation de l'économie française reste difficile mais les entreprises ne peuvent plus repousser les investissements nécessaires à l'évolution de leurs outils informatique, estime Eric Orenes, le directeur commercial de l'éditeur.

Une nouvelle grille tarifaire mieux adaptée aux TPE et aux PMED'autres facteurs contribueront également à stimuler les ventes de Wavesoft, en commençant par la refonte de sa grille tarifaire qui entrera en vigueur à compter du premier juillet. Ce changement va consister à baisser d'environ 45% le tarif de la licence de site (le prix à payer pour le premier utilisateur) et de relever de 90% chaque licence utilisateur supplémentaire. « Avec une licence de site trop chère, nous pénalisons les petites entreprises qui connectent logiquement peu de salariés à leurs solutions de gestion. Parallèlement, nous favorisons les sociétés plus grandes pour qui ce ticket d'entrée avait un coût dérisoire », explique Eric Orenes. Selon ses dires, la nouvelle a été bien accueillie par les revendeurs de WaveSoft (300 en France) qui en ont été informés lors de l'événement partenaires organisé par l'éditeur le 11 juin. Ce changement ne devrait pas voir d'effet négatif sur leur chiffre d'affaires et les rendre plus attractifs auprès des TPE.

Un module de CRM mobile réservé aux terminaux sous WindowsLa réunion dédiée à son réseau de distribution fut aussi l'occasion pour WaveSoft de présenter la version 17 de son ERP. Disponible à partir de cet automne, la solution intégrera pour la première fois un module de CRM mobile. Il permet d'interagir avec la brique gestion commerciale de l'ERP, en mode connecté ou déconnecté, et d'accéder à un large éventail de ses fonctionnalités. « Nous comptons beaucoup dessus car il existe aujourd'hui peu d'éditeurs qui proposent des équivalents aussi complets autour de leur progiciel de gestion », estime Eric Orenes.

L'arrivée du nouveau module est à saluer au vu de l'ampleur que prend la dimension mobilité dans les entreprises. Las, il n'est compatible qu'avec les tablettes et les smartphones sous Windows qui sont incommensurablement moins répandus que leurs équivalents sous iOS et Android. Le fait qu'il ne sera proposé qu'en complément de la version Entreprise de l'ERP Wavesoft (10 à 200 personnes) est en revanche plus compréhensible. « L'accès au CRM d'une entreprise via notre nouveau module nécessite des évolutions de son architecture informatique. Les sociétés qui utilisent nos versions Standard et Pro (de 1 à 10 personnes) n'ont pas forcément la possibilité de réaliser ces investissements », Justifie Eric Orenes.

Pour promouvoir l'ouverture de son CRM au nomadisme, WaveSoft entamera cet été et jusqu'à la fin 2014 une campagne de publicité qui sera diffusée dans des médias dédiés aux revendeurs et aux clients finaux. Par Fabrice Alessi .



> Lire cet article sur le site web

L'éditeur WaveSoft prépare un module de CRM mobile

Eric Orenes, directeur commercial de WaveSoft : « L'élargissement de nos équipes commerciales et marketign aura aussi un impact direct sur notre niveau d'activité.» L'éditeur de logiciels de gestion WaveSoft table sur une hausse de ses revenus d'au moins 20% cette année. Ce dynamisme s'est déjà confirmé lors du premier semestre écoulé. Il devrait s'amplifier durant les six mois à venir, notamment grâce à l'arrivée de la version 17 de l'ERP de Wavesoft et la refonte de ses gammes tarifaires. Le Haut-Savoyard WaveSoft s'attend à ce que 2014 soit un excellent cru. Comparé à l'année précédente où son chiffre d'affaires (non communiqué) s'était apprécié de 8%, l'éditeur de logiciels de gestion estime que ses facturations bondiront cette fois-ci de 20 à 25%. L'entreprise se veut d'autant plus confiante dans l'atteinte de cet objectif qu'elle a déjà vu ses revenus croître de 17% entre janvier et juin passés. La progression attendue devrait reposer tant sur les ventes de WaveSoft dans l'Hexagone que sur celles qu'il réalise à l'international (Maghreb et Afrique francophone). L'an dernier, ces dernières ont représenté entre 15 et 20% de son activité globale. « La situation de l'économie française reste difficile mais les entreprises ne peuvent plus repousser les investissements nécessaires à l'évolution de leurs outils informatique», estime Eric Orenes, le directeur commercial de l'éditeur. Une nouvelle grille tarifaire mieux adaptée aux TPE et aux PME PUBLI VIDEO [X]FERMER [embedded content] En savoir plus D'autres facteurs contribueront également à stimuler les ventes de WaveSoft, en commençant par la refonte de sa grille tarifaire qui entrera en vigueur à compter du premier juillet. Ce changement va consister à baisser d'environ 45% le tarif de la licence de site (le prix à payer pour le premier utilisateur) et de relever de 90% chaque licence utilisateur supplémentaire. «Avec une licence de site trop chère, nous pénalisons les petites entreprises qui connectent logiquement peu de salariés à leurs solutions de gestion. Parallèlement, nous favorisons les sociétés plus grandes pour qui ce ticket d'entrée avait un coût dérisoire», explique Eric Orenes. Selon ses dires, la nouvelle a été bien accueillie par les revendeurs de WaveSoft (300 en France) qui en ont été informés lors de l'événement partenaires organisé par l'éditeur le 11 juin. Ce changement ne devrait pas voir d'effet négatif sur leur chiffre d'affaires et les rendre plus attractifs auprès des TPE. Un module de CRM mobile réservé aux terminaux sous Windows La réunion dédiée à son réseau de distribution fut aussi l'occasion pour WaveSoft de présenter la version 17 de son ERP. Disponible à partir de cet automne, la solution intégrera pour la première fois un module de CRM mobile. Il permet d'interagir avec la brique gestion commerciale de l'ERP, en mode connecté ou déconnecté, et d'accéder à un large éventail de ses fonctionnalités. «Nous comptons beaucoup dessus car il existe aujourd'hui peu d'éditeurs qui proposent des équivalents aussi complets autour de leur progiciel de gestion», estime Eric Orenes. L'arrivée du nouveau module est à saluer au vu de l'ampleur que prend la dimension mobilité dans les entreprises. Las, il n'est compatible qu'avec les tablettes et les smartphones sous Windows qui sont incommensurablement moins répandus que leurs équivalents sous iOS et Android. Le fait qu'il ne sera proposé qu'en complément de la version Entreprise de l'ERP Wavesoft (10 à 200 personnes) est en revanche plus compréhensible. «L'accès au CRM d'une entreprise via notre nouveau module nécessite des évolutions de son architecture informatique. Les sociétés qui utilisent nos versions Standard et Pro (de 1 à 10 personnes) n'ont pas forcément la possibilité de réaliser ces investissements», Justifie Eric Orenes. Pour promouvoir l'ouverture de son CRM au nomadisme, WaveSoft entamera cet été et jusqu'à la fin 2014 une campagne de publicité qui sera diffusée dans des médias dédiés aux revendeurs et aux clients finaux.



> [Lire cet article sur le site web](#)

Wavesoft : un nouvel ERP, un module nomade et des prix en baisse

WaveSoft a annoncé l'arrivée à l'automne de la version 17 de son ERP et la disponibilité d'un nouveau module « GRC Nomade » pour les professionnels itinérants. Mais aussi des tarifs revus à la baisse et une nouvelle charte de communication...

De nombreuses évolutions issues des remontées du terrain ont été intégrées à cette version 17 de l'ERP maison qui sera commercialisée à l'automne dont un module GRC nomade. Les professionnels de terrain pourront ainsi interroger la base de données de l'entreprise et accéder à leurs informations sur les prospects, clients et fournisseurs, comme s'ils étaient devant leur poste de travail. Par ailleurs, tous leurs échanges avec l'extérieur (courriels, agendas etc.) seront également remontés dans le système d'information central et archivés par une simple synchronisation. Tout pourra être partagé par l'ensemble de l'entreprise. " Pour les revendeurs WaveSoft, c'est l'opportunité de revenir vers leurs clients en leur proposant une fonctionnalité dans l'air du temps , explique Eric Orenes, directeur marketing de WaveSoft. Nous en attendons dès 2015, des recettes additionnelles significatives ". WaveSoft a également annoncé une refonte de sa gamme de prix (en vigueur dès le 1er juillet) avec une baisse de 45% du tarif public de l'édition Entreprise pour en faciliter l'accès aux TPE et une baisse également des packs Duo (Comptabilité et Gestion) et Trio (Comptabilité+ Gestion + GRC). Enfin, d'ici peu, WaveSoft lancera une nouvelle campagne publicitaire pour accompagner la sortie de sa GRC nomade. Notez également que depuis le 10 juin, des forums techniques sont ouverts aux revendeurs WaveSoft afin qu'ils puissent échanger et mettre en commun leur expertise.



> [Lire cet article sur le site web](#)

Wavesoft : un nouvel ERP, un module nomade et des prix en baisse

WaveSoft a annoncé l'arrivée à l'automne de la version 17 de son ERP et la disponibilité d'un nouveau module « GRC Nomade » pour les professionnels itinérants. Mais aussi des tarifs revus à la baisse et une nouvelle charte de communication...De nombreuses évolutions issues des remontées du terrain ont été intégrées à cette version 17 de l'ERP maison qui sera commercialisée à l'automne dont un module GRC nomade. Les professionnels de terrain pourront ainsi interroger la base de données de l'entreprise et accéder à leurs informations sur les prospects, clients et fournisseurs, comme s'ils étaient devant leur poste de travail. Par ailleurs, tous leurs échanges avec l'extérieur (courriels, agendas etc.) seront également remontés dans le système d'information central et archivés par une simple synchronisation. Tout pourra être partagé par l'ensemble de l'entreprise. " Pour les revendeurs WaveSoft, c'est l'opportunité de revenir vers leurs clients en leur proposant une fonctionnalité dans l'air du temps , explique Eric Orenes, directeur marketing de WaveSoft. Nous en attendons dès 2015, des recettes additionnelles significatives ".WaveSoft a également annoncé une refonte de sa gamme de prix (en vigueur dès le 1er juillet) avec une baisse de 45% du tarif public de l'édition Entreprise pour en faciliter l'accès aux TPE et une baisse également des packs Duo (Comptabilité et Gestion) et Trio (Comptabilité+ Gestion + GRC).Enfin, d'ici peu, WaveSoft lancera une nouvelle campagne publicitaire pour accompagner la sortie de sa GRC nomade.Notez également que depuis le 10 juin, des forums techniques sont ouverts aux revendeurs WaveSoft afin qu'ils puissent échanger et mettre en commun leur expertise.Ajouter un commentaire Nom Email Votre commentaire Recopiez les caractères Mémoriser mes informations pour faciliter mes prochains envois de commentaires. Annuler Transférer par mail Nom Email Email du destinataire Message Recopiez les caractères Ce message sera transmis depuis l'adresse IP 146.247.137.71 Annuler



> Lire cet article sur le site web

Wavesoft : un nouvel ERP, un module nomade et des prix en baisse

Samedi 21 Juin 2014 WaveSoft a annoncé l'arrivée à l'automne de la version 17 de son ERP et la disponibilité d'un nouveau module « GRC Nomade » pour les professionnels itinérants.

Mais aussi des tarifs revus à la baisse et une nouvelle charte de communication...

De nombreuses évolutions issues des remontées du terrain ont été intégrées à cette version 17 de l'ERP maison qui sera commercialisée à l'automne dont un module GRC nomade. Les professionnels de terrain pourront ainsi interroger la base de données de l'entreprise et accéder à leurs informations sur les prospects, clients et fournisseurs, comme s'ils étaient devant leur poste de travail. Par ailleurs, tous leurs échanges avec l'extérieur (courriels, agendas etc.) seront également remontés dans le système d'information central et archivés par une simple synchronisation. Tout pourra être partagé par l'ensemble de l'entreprise. " Pour les revendeurs WaveSoft, c'est l'opportunité de revenir vers leurs clients en leur proposant une fonctionnalité dans l'air du temps , explique Eric Orenes, directeur marketing de WaveSoft. Nous en attendons dès 2015, des recettes additionnelles significatives ".WaveSoft a également annoncé une refonte de sa gamme de prix (en vigueur dès le 1er juillet) avec une baisse de 45% du tarif public de l'édition Entreprise pour en faciliter l'accès aux TPE et une baisse également des packs Duo (Comptabilité et Gestion) et Trio (Comptabilité+ Gestion + GRC).Enfin, d'ici peu, WaveSoft lancera une nouvelle campagne publicitaire pour accompagner la sortie de sa GRC nomade.Notez également que depuis le 10 juin, des forums techniques sont ouverts aux revendeurs WaveSoft afin qu'ils puissent échanger et mettre en commun leur expertise.



> [Lire cet article sur le site web](#)

Wavesoft : un nouvel ERP, un module nomade et des prix en baisse

WaveSoft a annoncé l'arrivée à l'automne de la version 17 de son ERP et la disponibilité d'un nouveau module « GRC Nomade » pour les professionnels itinérants. Mais aussi des tarifs revus à la baisse et une nouvelle charte de communication...

De nombreuses évolutions issues des remontées du terrain ont été intégrées à cette version 17 de l'ERP maison qui sera commercialisée à l'automne dont un module GRC nomade. Les professionnels de terrain pourront ainsi interroger la base de données de l'entreprise et accéder à leurs informations sur les prospects, clients et fournisseurs, comme s'ils étaient devant leur poste de travail. Par ailleurs, tous leurs échanges avec l'extérieur (courriels, agendas etc.) seront également remontés dans le système d'information central et archivés par une simple synchronisation. Tout pourra être partagé par l'ensemble de l'entreprise. " Pour les revendeurs WaveSoft, c'est l'opportunité de revenir vers leurs clients en leur proposant une fonctionnalité dans l'air du temps , explique Eric Orenes, directeur marketing de WaveSoft. Nous en attendons dès 2015, des recettes additionnelles significatives ". WaveSoft a également annoncé une refonte de sa gamme de prix (en vigueur dès le 1er juillet) avec une baisse de 45% du tarif public de l' édition Entreprise pour en faciliter l'accès aux TPE et une baisse également des packs Duo (Comptabilité et Gestion) et Trio (Comptabilité+ Gestion + GRC). Enfin, d'ici peu, WaveSoft lancera une nouvelle campagne publicitaire pour accompagner la sortie de sa GRC nomade. Notez également que depuis le 10 juin, des forums techniques sont ouverts aux revendeurs WaveSoft afin qu'ils puissent échanger et mettre en commun leur expertise.



> [Lire cet article sur le site web](#)

Wavesoft : un nouvel ERP, un module nomade et des prix en baisse

Publié le 21 Juin 2014 WaveSoft a annoncé l'arrivée à l'automne de la version 17 de son ERP et la disponibilité d'un nouveau module « GRC Nomade » pour les professionnels itinérants. Mais aussi des tarifs revus à la baisse et une nouvelle charte de communication...

De nombreuses évolutions issues des remontées du terrain ont été intégrées à cette version 17 de l'ERP maison qui sera commercialisée à l'automne dont un module GRC nomade. Les professionnels de terrain pourront ainsi interroger la base de données de l'entreprise et accéder à leurs informations sur les prospects, clients et fournisseurs, comme s'ils étaient devant leur poste de travail. Par ailleurs, tous leurs échanges avec l'extérieur (courriels, agendas etc.) seront également remontés dans le système d'information central et archivés par une simple synchronisation. Tout pourra être partagé par l'ensemble de l'entreprise. " Pour les revendeurs WaveSoft, c'est l'opportunité de revenir vers leurs clients en leur proposant une fonctionnalité dans l'air du temps , explique Eric Orenes, directeur marketing de WaveSoft. Nous en attendons dès 2015, des recettes additionnelles significatives ".WaveSoft a également annoncé une refonte de sa gamme de prix (en vigueur dès le 1er juillet) avec une baisse de 45% du tarif public de l'édition Entreprise pour en faciliter l'accès aux TPE et une baisse également des packs Duo (Comptabilité et Gestion) et Trio (Comptabilité+ Gestion + GRC).Enfin, d'ici peu, WaveSoft lancera une nouvelle campagne publicitaire pour accompagner la sortie de sa GRC nomade.Notez également que depuis le 10 juin, des forums techniques sont ouverts aux revendeurs WaveSoft afin qu'ils puissent échanger et mettre en commun leur expertise.



> [Lire cet article sur le site web](#)

Wavesoft : un nouvel ERP, un module nomade et des prix en baisse

Publié le Samedi 21 Juin 2014 WaveSoft a annoncé l'arrivée à l'automne de la version 17 de son ERP et la disponibilité d'un nouveau module « GRC Nomade » pour les professionnels itinérants. Mais aussi des tarifs revus à la baisse et une nouvelle charte de communication...

De nombreuses évolutions issues des remontées du terrain ont été intégrées à cette version 17 de l'ERP maison qui sera commercialisée à l'automne dont un module GRC nomade. Les professionnels de terrain pourront ainsi interroger la base de données de l'entreprise et accéder à leurs informations sur les prospects, clients et fournisseurs, comme s'ils étaient devant leur poste de travail. Par ailleurs, tous leurs échanges avec l'extérieur (courriels, agendas etc.) seront également remontés dans le système d'information central et archivés par une simple synchronisation. Tout pourra être partagé par l'ensemble de l'entreprise. " Pour les revendeurs WaveSoft, c'est l'opportunité de revenir vers leurs clients en leur proposant une fonctionnalité dans l'air du temps , explique Eric Orenes, directeur marketing de WaveSoft. Nous en attendons dès 2015, des recettes additionnelles significatives ".WaveSoft a également annoncé une refonte de sa gamme de prix (en vigueur dès le 1er juillet) avec une baisse de 45% du tarif public de l' édition Entreprise pour en faciliter l'accès aux TPE et une baisse également des packs Duo (Comptabilité et Gestion) et Trio (Comptabilité+ Gestion + GRC).Enfin, d'ici peu, WaveSoft lancera une nouvelle campagne publicitaire pour accompagner la sortie de sa GRC nomade.Notez également que depuis le 10 juin, des forums techniques sont ouverts aux revendeurs WaveSoft afin qu'ils puissent échanger et mettre en commun leur expertise.



> Lire cet article sur le site web

WaveSoft baisse de 45% le prix de son ERP « Entreprise » et annonce une V17 avec fonctions mobiles pour l'automne

Pour clore 10 ans d'activité, WaveSoft a invité ses partenaires pour une Convention sur les rives du Lac d'Annecy. La convention était l'occasion de présenter la version 17 de son ERP, disponible à l'automne 2014, et son nouveau module « GRC Nomade » pour les personnels itinérants. A retenir aussi : des annonces de tarifs à la baisse. L'éditeur français d'ERP et logiciels de gestion compte 300 partenaires intégrateurs. Il dispose d'une base installée de 2 000 sites, de 15 000 licences en exploitation et enregistre une croissance ininterrompue depuis 9 ans.

« WaveSoft confirme la grande stabilité de son modèle économique, message rassurant pour ses partenaires de distribution qui ont besoin d'investir et de compter sur un éditeur pérenne qui affiche une stratégie claire de continuité », commente Philippe Villain, gérant cofondateur de l'entreprise. C'était l'occasion pour l'éditeur de faire le bilan de son activité. Les modules CRM et BI sont en forte croissance. « Les revendeurs ont bien compris que le CRM et le Décisionnel sont, dès les premiers contacts commerciaux, un atout fort pour différencier l'offre WaveSoft sur le marché très concurrentiel des outils de gestion pour TPE/PME. Ils ouvrent des perspectives à l'entreprise qui va s'équiper et la garantie que son outil saura évoluer avec ses besoins », commente Eric Orenes, directeur marketing de WaveSoft. Une V17 annonce pour l'automne. La nouvelle version, la 17ème pour WaveSoft en 11 ans, sera mise à disposition commercialement à l'automne. De nombreuses évolutions issues des remontées du terrain par les partenaires, ont été intégrées. Cette V17 révèle un nouveau module, la GRC nomade qui s'intègre parfaitement dans la suite : « la philosophie du travail collaboratif est parfaitement mise en application dans le CRM nomade de WaveSoft », commente l'éditeur. La Convention a également été l'occasion de présenter, les nouvelles « Solutions Verticales Partenaires WaveSoft » mis à disposition de toute la communauté. Une baisse de prix de 45% sur l'édition Entreprise WaveSoft a annoncé une refonte de sa gamme de prix, en application dès le 1er juillet 2014. L'édition Entreprise est annoncée avec une baisse de tarif public de 45%, pour en faciliter l'accès aux TPE. Les Pack, Duo (Comptabilité et Gestion) et Trio (Comptabilité+ Gestion + GRC), profitent également d'une baisse de tarif. « Dans la foulée, la GRC nomade sera mise en vente à un prix particulièrement étudié, pour convaincre rapidement », annonce Eric Orenes. Assez discret en communication jusqu'à présent, l'éditeur lancera prochainement une nouvelle campagne publicitaire et des actions sur les réseaux sociaux pour soutenir ses ambitions et accompagner la sortie de sa GRC nomade. Des forums techniques ouvrent officiellement le 10 juin. Ils sont réservés à tous les revendeurs WaveSoft, pour échanger facilement en direct et mettre en commun leur expertise. A propos de WAVESOFT Créé en 2003, WAVESOFT est éditeur français d'ERP et logiciels de gestion, pour TPE et PME-PMI des secteurs du négoce, des services et de la petite industrie. Les logiciels sont commercialisés via un réseau de revendeurs agréés. L'offre se décline en 3 éditions, Standard, Professionnelle et Entreprise. « Les logiciels de gestion intégrés WAVESOFT sont conçus et développés autour d'un socle technologique qui permet de bâtir un système d'information ouvert, évolutif et à haute disponibilité. » commente Eric Orenes, directeur commercial. Plus d'informations : <http://www.wavesoft.fr>



> Lire cet article sur le site web

WaveSoft baisse de 45% le prix de son ERP « Entreprise » et annonce une V17 avec fonctions mobiles pour l'automne

Pour clore 10 ans d'activité, WaveSoft a invité ses partenaires pour une Convention sur les rives du Lac d'Annecy. La convention était l'occasion de présenter la version 17 de son ERP, disponible à l'automne 2014, et son nouveau module « GRC Nomade » pour les personnels itinérants. A retenir aussi: des annonces de tarifs à la baisse.

L'éditeur français d'ERP et logiciels de gestion compte 300 partenaires intégrateurs. Il dispose d'une base installée de 2 000 sites, de 15 000 licences en exploitation et enregistre une croissance ininterrompue depuis 9 ans. « WaveSoft confirme la grande stabilité de son modèle économique, message rassurant pour ses partenaires de distribution qui ont besoin d'investir et de compter sur un éditeur pérenne qui affiche une stratégie claire de continuité », commente Philippe Villain, gérant cofondateur de l'entreprise. C'était l'occasion pour l'éditeur de faire le bilan de son activité. Les modules CRM et BI sont en forte croissance. « Les revendeurs ont bien compris que le CRM et le Décisionnel sont, dès les premiers contacts commerciaux, un atout fort pour différencier l'offre WaveSoft sur le marché très concurrentiel des outils de gestion pour TPE/PME. Ils ouvrent des perspectives à l'entreprise qui va s'équiper et la garantie que son outil saura évoluer avec ses besoins », commente Eric Orenes, directeur marketing de WaveSoft. Une V17 annonce pour l'automne. La nouvelle version, la 17ème pour WaveSoft en 11 ans, sera mise à disposition commercialement à l'automne. De nombreuses évolutions issues des remontées du terrain par les partenaires, ont été intégrées. Cette V17 révèle un nouveau module, la GRC nomade qui s'intègre parfaitement dans la suite : « la philosophie du travail collaboratif est parfaitement mise en application dans le CRM nomade de WaveSoft », commente l'éditeur. La Convention a également été l'occasion de présenter, les nouvelles « Solutions Verticales Partenaires WaveSoft » mis à disposition de toute la communauté. Une baisse de prix de 45% sur l'édition Entreprise WaveSoft a annoncé une refonte de sa gamme de prix, en application dès le 1er juillet 2014. L'édition Entreprise est annoncée avec une baisse de tarif public de 45%, pour en faciliter l'accès aux TPE. Les Pack, Duo (Comptabilité et Gestion) et Trio (Comptabilité+ Gestion + GRC), profitent également d'une baisse de tarif. « Dans la foulée, la GRC nomade sera mise en vente à un prix particulièrement étudié, pour convaincre rapidement », annonce Eric Orenes. Assez discret en communication jusqu'à présent, l'éditeur lancera prochainement une nouvelle campagne publicitaire et des actions sur les réseaux sociaux pour soutenir ses ambitions et accompagner la sortie de sa GRC nomade. Des forums techniques ouvrent officiellement le 10 juin. Ils sont réservés à tous les revendeurs WaveSoft, pour échanger facilement en direct et mettre en commun leur expertise. A propos de WAVESOFT. Créé en 2003, WAVESOFT est éditeur français d'ERP et logiciels de gestion, pour TPE et PME-PMI des secteurs du négoce, des services et de la petite industrie. Les logiciels sont commercialisés via un réseau de revendeurs agréés. L'offre se décline en 3 éditions, Standard, Professionnelle et Entreprise. « Les logiciels de gestion intégrés WAVESOFT sont conçus et développés autour d'un socle technologique qui permet de bâtir un système d'information ouvert, évolutif et à haute disponibilité. » commente Eric Orenes, directeur commercial. Plus d'informations: <http://www.wavesoft.fr>



> Lire cet article sur le site web

WaveSoft retenu par CITBA dans l'industrie du Gaz et du Pétrole

Gérant 25 millions de chiffre d'affaires, des activités diversifiées et des marchés mondiaux, CITBA a besoin de s'appuyer sur un système d'informations à sa mesure. Au terme d'un appel d'offres, CITBA signe fin 2012, son contrat avec un intégrateur de la région, GMA CONSEIL, qui lui a vendu l'ERP WaveSoft. Créée dans les années 70 pour accompagner l'exploitation du gaz dans le Sud-Ouest, CITBA - Chaudronnerie Industrielle et Tuyauterie du Bassin de l'Adour - fabrique de la chaudronnerie et de la tuyauterie pour les acteurs de l'Energie. Son expertise lui vaut d'être l'une des seules entreprises européennes à fournir des équipements clés en main répondant aux environnements à fortes contraintes du Gaz et du Pétrole. En 1976, l'entreprise traverse le premier choc pétrolier en changeant de statut. Ses salariés reprennent l'activité, elle est désormais une SCOP, société coopérative. Ouverte sur les marchés internationaux par vocation, CITBA est motivée par la volonté de réaliser 100% de sa production en France. Sa croissance passe depuis le début des années 2000 par l'acquisition de nouvelles entités sur des métiers connexes, comme le montage mécanique et la maintenance, la chaudronnerie et tuyauterie plastique, ou encore le conseil en informatique et en optimisation des process appliqués au pétrole et gaz. CITBA travaille aujourd'hui pour des donneurs d'ordre dans le monde entier, partout où il y a des gisements. Une maîtrise d'ouvrage motivée. Le Projet de l'ERP compte 2 chefs de file « non informaticiens », l'un à la Direction Commerciale, l'autre à la Direction technique, qui assument cette responsabilité en parallèle de leur charge de travail habituelle. Seront sollicités ponctuellement, leurs collègues responsables fonctionnels, au fait des processus de l'entreprise, tant à la Qualité qu'au Service Clients, aux Achats, à la Comptabilité ou au Service Commercial. Il n'est pas question pour la SCOP CITBA de déléguer à des tiers la mise à plat de ses processus. L'existant fonctionne sur AS400, en environnement DOS avec des applications vieillissantes, que leurs éditeurs ne mettent plus à jour. Le changement s'impose ! Mickael HOLOWATENKO, directeur commercial de CITBA, est le porte parole de ce projet ERP : « Au moment du choix, WaveSoft a bien satisfait au besoin exprimé : c'était a priori un système adaptable à notre environnement très normé et réglementé. Un outil dont la large couverture fonctionnelle en standard permettait de ne pas envisager au début des développements spécifiques coûteux », explique-t-il. Et il ajoute : « Nous sommes très satisfaits aujourd'hui d'avoir pris par exemple le module Décisionnel qui est une véritable aide au pilotage de l'activité. Et le cœur de CITBA, l'atelier de production, est totalement géré par WaveSoft, jusqu'au temps de pointage des opérateurs. » Au-delà de l'outil même, c'est le maillage territorial de WaveSoft qui fera la différence au moment du choix définitif de l'outil. GMA CONSEIL, le partenaire-intégrateur de la solution, se trouve à quelques kilomètres dans le Béarn, alors que les concurrents de WaveSoft qui figurent dans la short-list, ne peuvent renvoyer que sur des SSII bordelaises ou toulousaines. Dans cette Région de Midi Pyrénées, la plus vaste de France, la garantie d'une réelle proximité géographique est rassurante pour accompagner un projet ERP de cette envergure. « Les relations entretenues entre l'éditeur et son partenaire GMA CONSEIL sont fructueuses, elles permettent en temps utile de faire jouer la synergie de compétences à notre service », constate Mickael HOLOWATENKO. « Certaines demandes que nous avons formulées à l'intégrateur se retrouvent aussi dans l'outil en standard quelques temps plus tard, ce qui est également le signe de cette cohésion d'équipe. » Eric Orenes, Directeur Commercial de WaveSoft, complète : « CITBA est une PME industrielle qui a une belle assise, et que WaveSoft a su accompagner dans toutes ses dimensions organisationnelles. CITBA a acquis dès le démarrage tous nos modules principaux, la Gestion Commerciale, la CRM, la Production, la Comptabilité (générale, analytique, immobilisations, états financiers, liaisons bancaires) et bien sûr le Décisionnel. C'est un beau projet, qui montre la maturité de notre offre et de notre savoir-faire lorsqu'il s'agit de s'impliquer aux côtés de nos Partenaires. » Un projet mené tambour battant. Signé en décembre 2012, le contrat fixe la date butoir au 1er avril 2013, date de clôture de l'exercice fiscal, pour démarrer l'exploitation grandeur réelle. Pour CITBA, il s'agit d'embrayer avec WaveSoft, et d'éviter de travailler un temps sur 2 outils en parallèle. C'est un véritable challenge en termes de planning de réalisation qui sera respecté : la gestion commerciale et la comptabilité sont opérationnelles à la date prévue, avec l'ensemble des fonctions utiles à l'analyse et au pilotage. De part et d'autre,



beaucoup de travail et d'implication ont été à l'œuvre pour qu'en 4 mois, soit balayé l'ensemble des processus de travail, et intégralement analysé et refondu la Base Articles. 35 employés sont alors connectés à l'outil, chacun selon son métier, en fonction d'une gestion de droits qui est très finement gérée. Le premier semestre d'utilisation permet de fiabiliser les processus de work flow pour qu'ils s'adaptent le mieux possible à la réalité. Quelques petits ajustements et retour en arrière sont ensuite effectués. Au 1er janvier 2014, l'ERP est considéré comme 100% opérationnel par CITBA. Une année aura donc permis de mettre en place l'ERP, dans une approche progressive et maîtrisée, pour un budget global estimé à 150.000 euros. Un projet en évolution. Fin 2014, de nouvelles fonctionnalités sont programmées, comme la Gestion des Réclamations Clients, ou l'intégration du Parc Machines. Et pour les deux années à venir, l'extension de l'outil se fera sur les agences et les filiales de CITBA pour homogénéiser les pratiques. Pour plus d'informations : www.citba.fr

propos de WAVESOFT. Créé en 2003, WAVESOFT, éditeur français de progiciels de gestion à destination des TPE et PME-PMI des secteurs du négoce, des services et de la petite industrie, crée des solutions novatrices de gestion globale de l'entreprise, commercialisées via un réseau de revendeurs agréés. Les solutions WAVESOFT couvrent l'ensemble des besoins d'une entreprise : centralisation de l'information et de partage avec constitution d'une base de connaissances des échanges entre les collaborateurs et les tiers extérieurs, traçabilité des données, besoins en matières premières, temps de production, optimisation des tournées, flux financiers, liquidité, risque, recouvrement, paiement, valorisant ainsi la gestion du besoin en fonds de roulement. Les progiciels de gestion intégrés WAVESOFT sont conçus et développés autour d'un socle technologique qui permet de bâtir un système d'information ouvert, évolutif et à haute disponibilité. L'offre est découpée en trois éditions, Standard, Professionnelle et Entreprise. Chacune d'elle répond à un positionnement sur le marché en termes de prix et de fonctionnalités. WaveSoft dispose d'une base installée de 2 000 sites, de 15 000 licences en exploitation et enregistre une croissance ininterrompue depuis 9 ans. Pour plus d'informations : www.wavesoft.fr



> Lire cet article sur le site web

Gaz et Pétrole : un ERP pour la CITBA

Gérant 25 millions de chiffre d'affaires, des activités diversifiées et des marchés mondiaux, CITBA a besoin de s'appuyer sur un système d'informations à sa mesure. Au terme d'un appel d'offres, CITBA signe fin 2012, son contrat avec un intégrateur de la région, GMA CONSEIL, qui lui a vendu l'ERP WaveSoft.

Créée dans les années 70 pour accompagner l'exploitation du gaz dans le Sud-Ouest, CITBA - Chaudronnerie Industrielle et Tuyauterie du Bassin de l'Adour - fabrique de la chaudronnerie et de la tuyauterie pour les acteurs de l'Energie. Son expertise lui vaut d'être l'une des seules entreprises européennes à fournir des équipements clés en main répondant aux environnements à fortes contraintes du Gaz et du Pétrole. Un environnement DOS. Le Projet de l'ERP compte 2 chefs de file « non informaticiens », l'un à la Direction Commerciale, l'autre à la Direction technique, qui assument cette responsabilité en parallèle de leur charge de travail habituelle. Seront sollicités ponctuellement, leurs collègues responsables fonctionnels, au fait des processus de l'entreprise, tant à la Qualité qu'au Service Clients, aux Achats, à la Comptabilité ou au Service Commercial. Il n'est pas question pour la SCOP CITBA de déléguer à des tiers la mise à plat de ses processus. L'existant fonctionne sur AS400, en environnement DOS avec des applications vieillissantes, que leurs éditeurs ne mettent plus à jour. Le changement s'impose ! Choisir le local. Au-delà de l'outil même, c'est le maillage territorial de WaveSoft qui fera la différence au moment du choix définitif de l'outil. GMA Conseil, le partenaire-intégrateur de la solution, se trouve à quelques kilomètres dans le Béarn, alors que les concurrents de WaveSoft qui figurent dans la short-list, ne peuvent renvoyer que sur des SSII bordelaises ou toulousaines. Dans cette Région de Midi Pyrénées, la plus vaste de France, la garantie d'une réelle proximité géographique est rassurante pour accompagner un projet ERP de cette envergure. Un projet mené tambour battant. Signé en décembre 2012, le contrat fixe la date butoir au 1er avril 2013, date de clôture de l'exercice fiscal, pour démarrer l'exploitation grandeur réelle. Pour CITBA, il s'agit d'embrayer avec WaveSoft, et d'éviter de travailler un temps sur 2 outils en parallèle. C'est un véritable challenge en termes de planning de réalisation qui sera respecté : la gestion commerciale et la comptabilité sont opérationnelles à la date prévue, avec l'ensemble des fonctions utiles à l'analyse et au pilotage. De part et d'autre, beaucoup de travail et d'implication ont été à l'œuvre pour qu'en 4 mois, soit balayé l'ensemble des processus de travail, et intégralement analysé et refondu la Base Articles. Lancement au 1er janvier 2014. 35 employés sont alors connectés à l'outil, chacun selon son métier, en fonction d'une gestion de droits qui est très finement gérée. Le premier semestre d'utilisation permet de fiabiliser les processus de work flow pour qu'ils s'adaptent le mieux possible à la réalité. Quelques petits ajustements et retour en arrière sont ensuite effectués. Au 1er janvier 2014, l'ERP est considéré comme 100% opérationnel par CITBA. Une année aura donc permis de mettre en place l'ERP, dans une approche progressive et maîtrisée, pour un budget global estimé à 150.000 euros. Un projet en évolution. Fin 2014, de nouvelles fonctionnalités sont programmées, comme la Gestion des Réclamations Clients, ou l'intégration du Parc Machines. Et pour les deux années à venir, l'extension de l'outil se fera sur les agences et les filiales de CITBA pour homogénéiser les pratiques.

Articles

■ Citba choisit Wavesoft pour sa richesse et ses capacités d'adaptation

06/05/2014 :: *Le choix d'un ERP dépend d'une multiplicité des critères. Parmi ceux qui ont conduit la société Citba à retenir l'ERP Wavesoft figurent la richesse des fonctions, l'adaptabilité, la proximité de l'intégrateur et le montant du budget. Détails d'un projet réussi qui joue les prolongations.*



Créée en 1976 à proximité du gisement gazier de Lacq, la société Citba est spécialisée dans la chaudronnerie et la tuyauterie industrielle. C'est une SCOP (Société coopérative de production), forme juridique qui a anticipé les notions maintenant bien connues de RSE (Responsabilité Sociale des Entreprises), dont le personnel est largement impliqué dans la stratégie et le fonctionnement. Au-delà du cœur de métier dans les activités d'exploration et de production de pétrole et de gaz, la société s'est diversifiée en rachetant des petites entreprises dans plusieurs domaines : maintenance mécanique et serrurerie, tuyaux en plastique pour la pharmacie et les laboratoires, informatique industrielle pour l'optimisation de l'exploration industrielle. L'ensemble des agences du groupe se situe dans un périmètre de 50 km autour du siège d'Arthez-de-Béarn. L'effectif s'élève à près de 150 personnes et le chiffre d'affaires dépasse les 25 M€.

Renouveler les outils informatiques avec un ERP bien adapté

L'ERP qui était en place depuis 20 ans avait vieilli, il n'avait pas suivi les évolutions technologiques et n'était plus adapté aux besoins de Citba. En 2012, celle-ci a décidé de le remplacer : elle a rédigé un cahier des charges et a lancé un appel d'offres auprès des éditeurs qui correspondaient à ses besoins et à son budget. Elle s'est appuyée sur des intégrateurs locaux qui ont sélectionné trois produits. L'un des produits présentés couvrait bien le cœur de métier mais ne répondait pas à l'ensemble des spécifications techniques. Un autre était très ouvert mais demandait un gros effort de configuration.



Mickaël Holowatenko, directeur commercial de Citba et chef du projet informatique ERP

Wavesoft, le produit retenu, s'il répondait bien aux différents points du cahier des charges (comptabilité et gestion commerciale, production) et offrait des facilités de paramétrage, comprenait aussi un module analytique permettant d'obtenir des reportings variés :

"c'est l'argument qui a fait pencher la balance", explique Mickaël Holowatenko, directeur commercial et chef du projet informatique. Autre avantage déterminant, l'éditeur était représenté par l'intégrateur GMA Conseil qui, avec 3 agences à proximité immédiate dans le Sud-Ouest, était très disponible.

Un projet d'un an découpé en deux étapes

Lors de la signature du contrat de licence avec l'intégrateur le 10 décembre 2012, la société s'est fixé l'objectif ambitieux de démarrer le 1^{er} avril 2013 pour se caler sur un début d'exercice. "Wavesoft était sceptique, se souvient Mickaël Holowatenko, mais nous avons réussi". Pour cette première étape, le périmètre comprenait la gestion commerciale, la comptabilité et quelques éléments de production comme la saisie et le pointage. Le travail principal a consisté à balayer l'ensemble des processus : gestion commerciale, production, études, décisionnel. L'équipe du projet a complètement redéfini la base des articles, cœur du système, à partir de l'ancien système, qui a ensuite été abandonné.

Colonnes de déméthanisation préfabriquées en atelier

Les six mois qui ont suivi l'installation initiale ont été consacrés à la fiabilisation des processus et des workflows et à une optimisation destinée à adapter le produit aux spécificités de la société. Certaines adaptations ont entraîné des



modifications par rapport à ce qui avait déjà été réalisé. "Pour deux processus, nous avons dû effectuer des retours en arrière car nous avons pris de mauvaises décisions et nous avons donc dû les revoir", remarque le directeur commercial. Par ailleurs, la configuration de l'outil décisionnel, qui a été complexe, lui permet de fournir des informations utiles qui peuvent être croisées à un niveau très fin.

La solution est opérationnelle depuis le 1^{er} janvier 2014. "Nous avons mis un an pour la mise en œuvre complète. Il n'était pas question de basculer totalement en une seule fois pour éviter de trop perturber le fonctionnement de l'entreprise", déclare-t-il.



Skids d'injection de méthanol

Le projet a demandé du travail aussi bien en interne que chez l'intégrateur. Il a sollicité la contribution des différents services de Citba (qualité, contrôle, production, achats, comptabilité). Il s'est articulé autour de Mickaël Holowatenko et un de ses collègues, de la

direction technique, qui ont continué d'assumer en même temps leurs autres tâches : "le fait que tout le monde contribue à l'ensemble des projets est dans l'esprit de la société coopérative, fait-il valoir. Ainsi la connaissance de l'entreprise est intégralement prise en compte, ce qui ne serait pas le cas si le projet était piloté par des personnes extérieures."

Un intégrateur efficace, réactif et polyvalent

L'intégrateur GMA Conseil, qui a pris en charge la réalisation technique, a été très présent pendant ces deux phases. La réactivité et la proximité ont été essentielles. Même si beaucoup a été fait à distance, il était indispensable pour les deux parties de se voir régulièrement pour examiner tous les processus et discuter des finalités et des objectifs. *"La proximité donne une garantie de suivi dans la mise en place de l'ERP"*, insiste le chef de projet.

Pendant le projet, l'intégrateur a centralisé toutes les questions que pouvait avoir Citba sur la disponibilité ou la possibilité de réaliser telle ou telle fonction. Si nécessaire, l'intégrateur se retournait vers l'éditeur. Si la société a eu peu de contacts directs avec Wavesoft, celui-ci fait régulièrement évoluer son produit en tenant compte, en particulier, des demandes relayées par les intégrateurs. *"Plus nous avançons, plus nous sommes exigeants, constate le chef de projet. Mais comme Wavesoft ne fait pas tout, nous demandons de nouvelles fonctions. Ainsi une version récente intègre une fonction répondant à une demande de Citba"*, se réjouit Mickaël Holowatenko.

Unité de traitement des déchets par oxydation hydrothermale

À l'arrivée d'une nouvelle version, l'intégrateur la soumet pendant plusieurs semaines à une batterie de tests puis l'installe chez Citba. Deux nouvelles versions ont ainsi été installées pendant le projet. En janvier, il s'agissait d'une évolution majeure, qui n'a posé aucun problème de compatibilité avec la base de données. Une deuxième évolution a eu lieu en septembre 2013 de manière transparente.



Outre le contrat concernant les licences Wavesoft et leur évolution, Citba fait aussi appel à GMA Conseil pour la partie matérielle, cette assistance à l'infrastructure étant d'autant plus nécessaire que Citba n'a pas de service informatique.

Après une première étape réussie, des extensions se préparent

Au-delà de l'installation initiale, Citba travaille sur de nouvelles fonctions. *"Nous avons écrit un cahier des charges complémentaire pour la gestion des documents qualité, les réclamations clients, l'évolution du parc des machines"*, explique Mickaël Holowatenko. La réalisation de ces fonctions qui n'existent pas dans l'ERP s'appuiera sur des modules existants. *"L'information n'est saisie qu'une seule fois et réutilisée dans les différents processus"*, insiste-t-il. La société s'est fixé un objectif de disponibilité de fin d'année 2014, soit avant la fin de l'exercice en mars 2015.



Séparateurs triphasiques sur skid

Avec environ 35 utilisateurs, l'ERP s'adresse à des profils variés, disposant de droits correspondant bien à leurs responsabilités. *"Le paramétrage prend du temps mais il permet une définition très précise des droits qui aboutit à un résultat affiné tout à fait*

satisfaisant", note le chef de projet.

Pour le moment, l'ERP est uniquement installé au siège mais la société désire le décliner par la suite dans les agences et filiales. Les capacités de paramétrage et d'adaptation de l'ERP lui permettront de prendre en compte les différents métiers dans lesquels elles interviennent. Ce projet pourrait démarrer dès 2015-2016. *"À terme, nous disposerons d'un outil unique pour toute l'exploitation de l'entreprise"*, se félicite le chef de projet.

Wavesoft répond bien aux besoins d'une entreprise avec un budget limité. L'investissement s'est élevé à environ 150 000 €, correspondant au budget prévu. *"Avec le recul, c'est un bon système, qui correspond bien à ce que nous attendions dans cette fourchette de prix, en cohérence avec nos besoins"*, conclut Mickaël Holowatenko.

René Beretz



> Lire cet article sur le site web

Avec WaveSoft, le grainier Girerd sème son offre on-line

Orsay, le 14 Avril 14 - Le site de vente en ligne de graines et semences du producteur provençal Girerd connaît son deuxième printemps. Jardiniers du dimanche et professionnels accèdent de façon différenciée à tout le catalogue, aux stocks, aux tarifs: un challenge commercial lancé par la 3ème génération de l'entreprise familiale. Côté Wavesoft, la mise en place de l'ERP a précédé de quelques saisons le lancement de ce nouveau canal de distribution.

Implantée dans le Vaucluse depuis 3 décennies, l'entreprise familiale Girerd s'appuie sur un réseau d'agriculteurs multiplicateurs pour produire des semences potagères, fourragères, médicinales... Le climat et la terre provençales produisent des graines reconnues pour leur qualité au plan national, voire européen, par les plus grandes marques de Jardineries qui les vendent au détail sous leur label. La marque reste pourtant inconnue du grand public alors même que, vous, jardinier amateur, semez peut-être dans vos jardinières et rayons, des graines Girerd, vendues sous marque détaillant. Les graines Girerd : ensemencez la Provence chez vous. Un magasin sur site et un réseau de revendeurs indépendants permettaient à Girerd, avant le lancement du site de vente en ligne, d'avoir pignon sur rue. La boutique installée dans l'entreprise, n'est accessible qu'à la clientèle de proximité et aux jardiniers de passage au Thor dans le Vaucluse.... C'est donc aux négociants que Girerd devait son chiffre d'affaires, avec 2 commerciaux sur le terrain. Le site e-commerce a pour objectif de faire décoller les ventes aux particuliers, ainsi que d'élargir la zone de chalandise et l'assortiment (2 000 références présentées). Il doit également faciliter le réassort et alléger les tournées des commerciaux chez les détaillants et jardinerie. Or, dans ce métier où la traçabilité des lots est obligatoire et doit figurer sur les paquets, passer à la vente en ligne n'est pas si simple car derrière, en back office, l'information n'est pas toujours disponible. La priorité sera donc de faire d'abord évoluer le système d'informations interne autour de l'ERP WaveSoft, le site Web arrive ensuite comme l'étape ultime du big bang informatique. Un ERP dans une TPE. Chez Girerd, le métier de la graine se transmet de père en fils. Mais il a changé au fil du temps, notamment avec l'impact grandissant des réglementations, le resserrement des normes et la traçabilité des lots obligatoire afin de suivre les semences depuis la plantation jusqu'à la vente. Pour s'adapter à cet environnement sous contrainte, le grainier Girerd choisit en 2011 un progiciel de gestion intégré WaveSoft. Dans cette TPE de 9 employés, le déploiement ne dure que 8 semaines. Il est mené par une SSII locale, DEFII, partenaire expert de WaveSoft. 8 semaines au terme desquelles de nouveaux process vont faciliter le travail des équipes, permettre une meilleure communication entre les services, et sécuriser les échanges. Sont installés chez Girerd, les modules WaveSoft Comptabilité, Points de vente, Gestion Commerciale, (gestion des lots, des stocks, des achats et des assemblages). L'outil s'est adapté à l'activité du client, notamment la traçabilité des lots. « Le travail quotidien est devenu plus fluide. Nous avons une meilleure gestion de notre production de graines. L'intégration des ventes de notre boutique dans le système de gestion nous a simplifiés la vie. La traçabilité des lots qui a nécessité un paramétrage spécifique, est totalement gérée par WaveSoft. Avant, il nous fallait un mois pour faire notre inventaire. Aujourd'hui, en un clic, nous savons où nous en sommes », déclare Claude Girerd, le dirigeant de la société. Un outil central, modulaire, permettant d'aborder de nouveaux projets. Le site e-commerce est développé comme une extension fonctionnelle de l'ERP. Grâce au partenariat technologique entre WaveSoft et OXATIS, qui offre de son côté des modèles de boutiques en ligne, l'ERP est relié au front office par des web service, le module WaveSoft Automate de transferts assure l'automatisation des tâches (remontée des commandes, mise à jour des stocks, etc.). Le site Web s'appuie ainsi sur un système totalement fiable de gestion. « La complexité de la gestion de la traçabilité était un frein pour se lancer dans l'aventure du web. Mais l'outil de WaveSoft a parfaitement répondu à cette contrainte », explique Claude Girerd. Le lancement du site www.graines-girerd.com s'est effectué au milieu du printemps 2013. Les premiers retours sont positifs, l'entreprise attend avec impatience le "back to the garden 2014", pour vérifier les frémissements sur les ventes du Web.





WaveSoft met le cap à l'ouest

Disposant de bureaux à Montpellier, Annecy et Orsay, WaveSoft étend sa couverture territoriale en ouvrant un bureau à Nantes afin de disposer d'un point d'attache sur le grand ouest. L'éditeur français spécialisé en solutions de CRM et gestion et qui connaît déjà un beau succès fête ses dix ans cette année. Il annonce aussi la version 16 de sa solution pour laquelle il prévoit des évolutions dans les mois à venir, et sur lesquelles nous reviendrons dans un prochain numéro de *l'EDI*.



→ Wavesoft surfe sur une nouvelle vague de recrutements

WaveSoft lance sa campagne de recrutement 2014-2015 et, pour accompagner le développement, WaveSoft a lui-même recruté Frédéric Paton, un responsable channel en poste depuis avril 2013 pour le secteur ouest (de Bourges à Brest). Toujours dans le cadre du renforcement de ces positions, six nouveaux revendeurs ont obtenu, en 2013, le statut WaveSoft Partenaire Expert GP. Côté offre de produits, l'éditeur a mis à jour son progiciel de gestion (version 16) en intégrant les nouvelles obligations fiscales en matière de tenue de comptabilité informatisée.



Wavesoft

Stand H34

Nouvelle vague de recrutement

WaveSoft lance sa campagne de recrutement 2014-2015 et, pour accompagner le développement, WaveSoft a lui-même recruté Frédéric Paton, un responsable channel en poste depuis avril 2013 pour le secteur ouest (de Bourges à Brest). Toujours dans le cadre du renforcement de ces positions, six nouveaux revendeurs ont obtenu en 2013 le statut WaveSoft Partenaire Expert GP. Côté offre de produits, l'éditeur a mis à jour son progiciel de gestion (v.16) avec l'intégration des obligations fiscales (nouveaux taux de TVA, format SEPA, etc.) D'autres nouveautés enrichissent cette mouture (bilinguisme et fonctionnalité dans les modules de comptabilité, de commerce & e-commerce, et de production).

COORDONNÉES

Wavesoft - Parc Orsay Université - 18, rue Jean-Rostand - 91893 Orsay
Tél. : 01 69 09 70 70 - www.wavesoft.fr

CONTACT

Éric Orénès - 01 69 09 55 75 - eorenes@wavesoft.fr