



Introduction

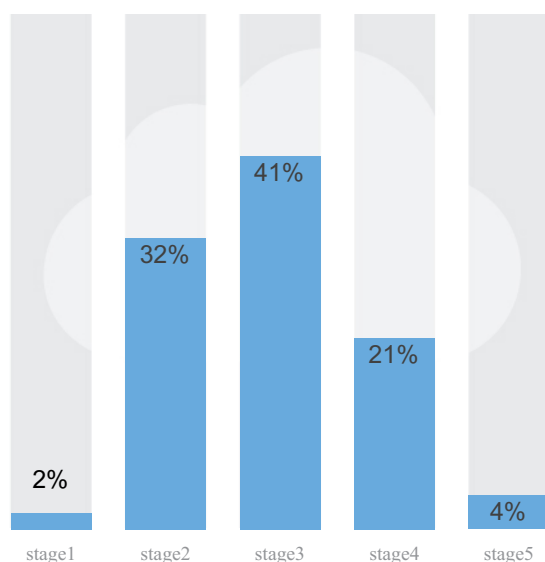
Nous vous remercions d'utiliser l'outil d'évaluation de préparation au cloud d'IDC. Grâce à celui-ci, vous pouvez positionner votre entreprise par rapport à 500 entreprises similaires aux États-Unis et en Europe et bénéficier de conseils de développement pour vos activités cloud.

Cet outil vous aide sur deux plans : le positionnement de votre entreprise par rapport à vos pairs et des recommandations pour rendre vos activités cloud plus profitables à l'avenir.

Étape 2 : Il faut s'impliquer

Selon l'évaluation d'IDC, votre entreprise se trouve à l'étape : **result** en termes de préparation globale au cloud. X % des entreprises évaluées par IDC se situent à cette étape et la majorité des entreprises se trouvent à l'étape 3 : Il faut investir..

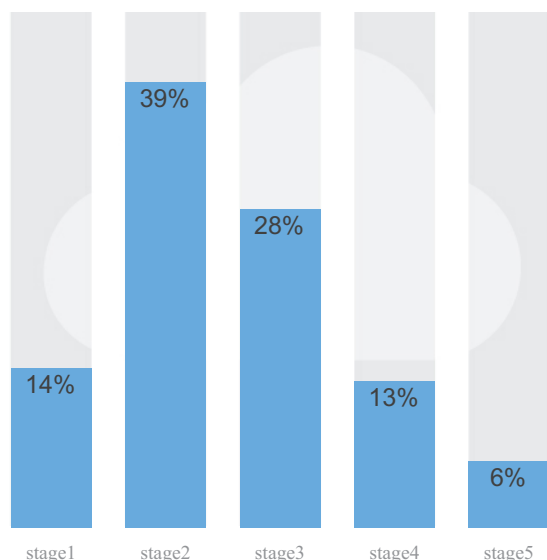
Pour des informations et Recommandations supplémentaires, le rapport détaille la stratégie cloud, avec une évaluation de la maturité de votre entreprise ainsi que des conseils individuels pour vous améliorer.



À cette étape, les entreprises commencent à se développer et à créer des business models spécifiques au cloud. Généralement, ils ne sont pas assez détaillés pour prendre en compte différentes gammes de produits ou des profits et pertes individuels. La plupart du temps, ils ne font pas l'objet de gestion et ne répondent à aucun objectif. Avec des systèmes de mesures limités, les opportunités d'automatisation (processus, méthodologie, vente ou livraison) sont très minces. À cette étape, les entreprises commencent à développer des fonctions de vente et de marketing dans le cloud mais les revenus proviennent toujours de la revente des solutions sur site. Malgré cela, la croissance des revenus récurrents dépasse celle des entreprises traditionnelles.

Le rapport suivant détaille les différentes facettes de votre stratégie cloud ainsi que votre progression. Il vous fournit également des conseils concernant les améliorations pouvant être apportées.

Étape 3 : Il faut investir



Selon l'évaluation d'IDC, votre entreprise se trouve à l'étape 3 en termes de stratégie et vision cloud. 28 % des entreprises évaluées dans le cadre de notre recherche se situent à cette étape et la majorité des entreprises se trouvent à l'étape 3 : De manière générale, à cette étape, les entreprises présentent les caractéristiques suivantes :

Planification:

À cette étape, un business plan cloud est en place. Des stratégies spécifiques au produit (par exemple, volume par rapport à valeur SaaS) sont développées, ainsi que des plans visant à incorporer des propositions de services professionnels plus larges (conseil en affaires, intégration de systèmes, migration et services gérés).

Exécution:

La validation et l'approbation de la direction existent à présent au sein des principaux secteurs d'activité. Par conséquent, vous profitez de manière proactive d'opportunités cloud et vous réalisez des investissements dans le cadre d'une stratégie commerciale à long

terme sur deux ou trois ans. Vous recherchez également des cibles potentielles en dehors de votre base de clients existante (nouveaux marchés, nouveaux segments, nouvelles régions) pour accroître vos activités.

Recommandation:

Développez des pratiques d'excellence:

Les entreprises qui réussissent utilisent souvent le cloud en interne dans le cadre de leurs propres activités et exploitent leur expérience pour familiariser l'ensemble de l'entreprise au cloud mais également pour développer des pratiques d'excellence.

Définissez un plan de rentabilité:

Votre programme financier doit inclure un plan de rentabilité bien défini sur trois ans qui prend en compte des scénarios multiples concernant l'impact des revenus récurrents sur vos revenus et rentabilité topline.

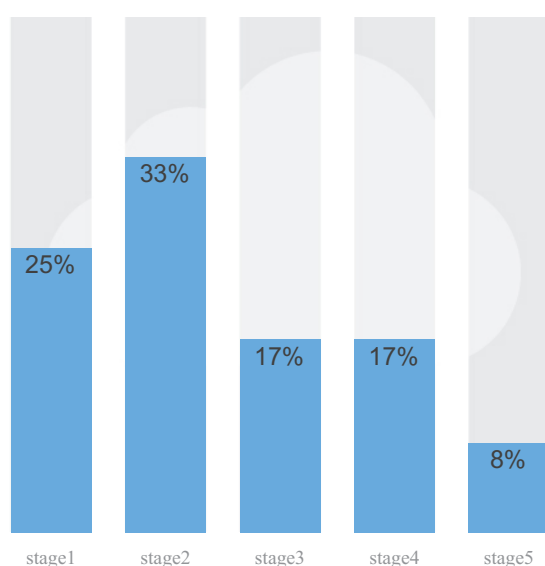
Collaborez étroitement avec les fournisseurs:

Communiquez votre stratégie cloud aux fournisseurs stratégiques et commencez à développer des processus permettant une planification commune ainsi que des évaluations régulières des performances. Leur soutien de votre stratégie à cette étape s'avérera d'une grande aide dans votre processus cloud.





Étape 1 : Il faut agir



Selon l'évaluation d'IDC, votre entreprise se trouve à l'étape 1 de préparation au cloud en termes de processus. 25 % des entreprises évaluées dans le cadre de notre recherche se situent à cette étape et la majorité des entreprises se trouvent à l'étape 2 : De manière générale, à cette étape, les entreprises présentent les caractéristiques suivantes :

Mesure:

À cette étape, les entreprises sont généralement réactives et disposent de peu de systèmes de mesures en place. Leurs offres cloud ne sont par conséquent ni gérées, ni ciblées.

Automatisation:

De nombreux projets cloud sont livrés sur une base ad hoc, avec très peu de processus ou méthodologies structurés ou réutilisés. Une automatisation limitée des processus de ventes et de prestation accroît la pression déjà importante sur les marges.

Compétences:

Training tends to be ad hoc and often self-administered. There is little room for wider development, as the business has yet to spare time and capital to invest. The opportunity, however, is there for those willing to take it.

Recommandation:

Les systèmes de mesure sont fondamentaux:

Vous devez commencer à effectuer le suivi de la croissance des revenus récurrents en séparant les revenus cloud et les revenus existants basés sur les licences. De plus, la prestation de services cloud et l'impact des revenus récurrents sur votre chiffre d'affaires et vos bénéfices nets doit être compris sur le long terme.

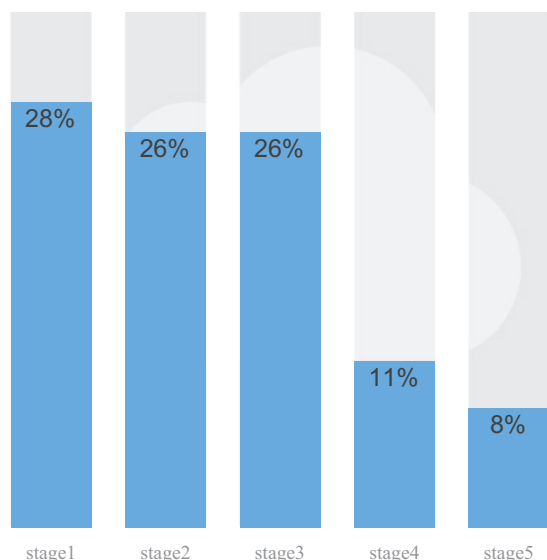
Automatisation:

Vos activités cloud n'étant pas très importantes pour l'instant, vous ne ressentez pas encore l'impact d'une automatisation limitée. Quand vos activités prendront de l'ampleur, votre entreprise devra faire appel à des méthodologies cloud et des mécanismes de livraison réutilisables pour garantir la rentabilité. Testez vos outils d'automatisation lorsque vos activités sont encore assez peu importantes. Vous pourrez ainsi planifier pour l'avenir.

Évaluation de vos lacunes en termes de compétences:

Vous devez comprendre vos lacunes en termes de compétences sur le court terme, moyen terme et long terme et identifier où les investissements doivent être effectués. Commencez à développer un programme de formation par service individuel : technique, marketing et ventes, par exemple.

Étape 1 : Il faut agir



Selon l'évaluation d'IDC, votre entreprise se trouve à l'étape 1 de préparation au cloud en termes de marketing. 28 % des entreprises évaluées dans le cadre de notre recherche se situent à cette étape et la majorité des entreprises se trouvent à l'étape 1 : De manière générale, à cette étape, les entreprises présentent les caractéristiques suivantes :

Activités marketing:

Vous faites principalement appel à des approches traditionnelles (événements, supports, partenariats). La réussite de votre marketing s'articule donc autour d'activités fournisseurs et d'efforts locaux sans contrôle réel de l'emplacement et la façon dont ils sont utilisés.

Alignement des ventes:

De manière générale, à cette étape, les entreprises misent sur les communications sortantes pour générer des clients potentiels, sans réellement effectuer le suivi de leur réussite ou évaluer la qualité des prospects. La mesure de l'amélioration est également quasi inexistante.

Leadership éclairé:

À cette étape, les entreprises se concentrent la plupart du temps sur des techniques de marketing traditionnelles et ne développent pas un contenu de leadership éclairé de manière proactive (blogs, didacticiels vidéo, livres blancs, etc.)

Recommandations:

Transformation marketing:

Afin de garantir un succès cloud à l'avenir, votre entreprise doit repenser son approche marketing et faire appel à des méthodes beaucoup plus sophistiquées. Le marketing numérique est central dans cette stratégie mais il nécessite un changement de mentalité de toute l'entreprise. Créez une équipe constituée de membres de la direction et des services produits, marketing et ventes pour guider et gérer votre transformation marketing.

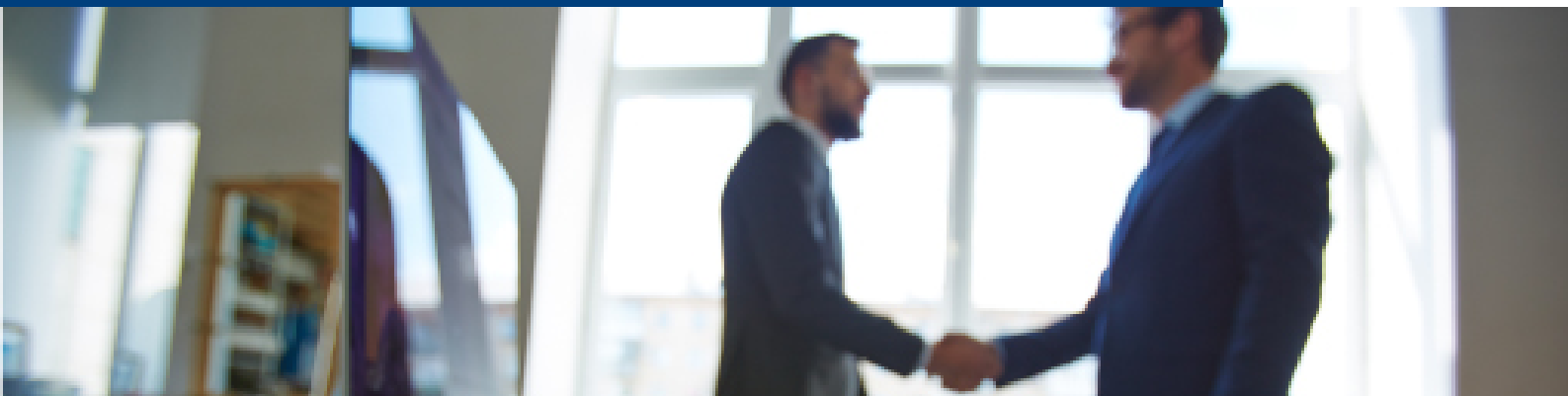
Segmentez et mesurez:

Vous devez activement segmenter et cibler votre base clientèle existante, en vous concentrant sur les domaines qui génèrent la réussite marketing et sur les approches éprouvées qui fournissent les meilleurs résultats. Plutôt que de traiter la communication de manière aléatoire, nous recommandons la réorientation du contenu et des messages évolutifs pour des publics spécifiques. Pour ce faire, vous devez effectuer le suivi des efforts marketing tout en collaborant avec les fournisseurs afin de mieux communiquer les propositions cloud.

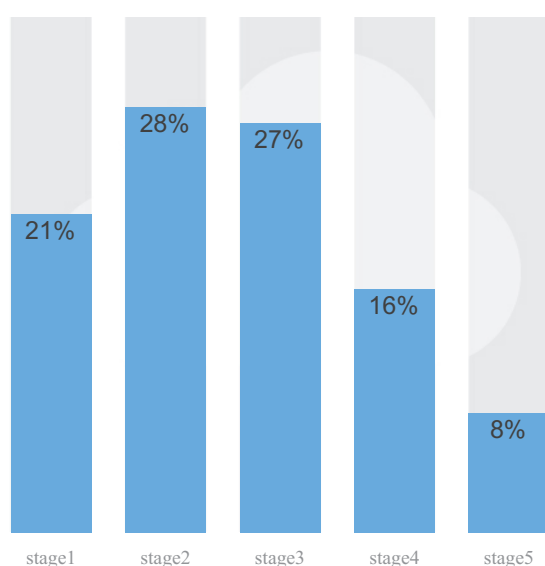
Contenu cloud basé sur votre démarche:

Vous devez commencer par développer votre propre message auprès de vos clients. La plupart d'entre eux viennent également de se lancer dans le cloud. Il s'agit de communiquer des conseils, un contenu éducatif ainsi que les avantages et inconvénients du cloud par rapport aux solutions sur site. Commencez par exploiter le contenu officiel disponible auprès de vos fournisseurs mais faites également entendre votre propre message et personnalisez-le à votre marché et votre public.





Étape 3 : Il faut investir



Selon l'évaluation d'IDC, votre entreprise se trouve à l'étape 3 de préparation au cloud en termes de ventes. 27 % des entreprises évaluées dans le cadre de notre recherche se situent à cette étape et la majorité des entreprises se trouvent à l'étape 2 : De manière générale, à cette étape, les entreprises présentent les caractéristiques suivantes :

Personnes:

Les ventes cloud sont soutenues par un ensemble de responsables préventes et de professionnels de ventes qualifiés pouvant offrir une gamme de solutions cloud afin de répondre à un grand nombre d'exigences clients. À cette étape, les structures d'incitations cloud sont bien définies mais ne durent pas plus longtemps que la durée de vie du client.

Habilitation

Les équipes de ventes sont de plus en plus formées dans les compétences et certification cloud. Les dispositifs ont migré de la formation vers une participation active dans la génération de

prospects par les services de marketing internes et les initiatives des fournisseurs cloud.

Stratégie de ventes:

Le cloud a été intégré dans tous les portefeuilles d'équipes de ventes. La plupart des membres de ventes peuvent fournir des conseils aux clients de manière compétente sur le cloud et effectuer des devis sur les options sur site et cloud.

Recommandations:

Sophistication des ventes:

Faites évoluer les structures de commission afin qu'elles incluent des indicateurs de performance spécifiques (scores de satisfaction client et incitations supplémentaires pour les nouvelles acquisitions de client et les taux de renouvellement). Votre structure évolue et vous devrez acquérir des compétences de ventes par secteur d'activité afin de développer des relations étroites avec les clients principaux. Vous devrez également augmenter les spécialités dans les marchés clés.

Échelle:

Si votre entreprise fournit le SaaS volume et valeur, nous vous recommandons de commencer à différencier vos stratégies volume et valeur. Pour le volume SaaS, la capacité d'évoluer devient très importante en termes de croissance. Votre stratégie de ventes de volume doit inclure un plan d'investissement pour l'automatisation des ventes, ainsi qu'une analyse du potentiel des compétences de télévente. Envisagez un investissement dans des outils qui augmentent l'efficacité du processus de vente (outils d'automatisation des ventes). Votre stratégie de vente de valeur doit inclure la vente et la location des secteurs d'activités (recrutement dans l'industrie, développement de compétences via la formation, etc.).

Développez la preuve de concept:

À cette étape, il est conseillé de créer une stratégie de preuve de concept plus formelle et d'investir potentiellement dans vos propres équipements de démonstration et de test. Ainsi, de nouveaux clients pourront tester le SaaS au sein d'une formule de

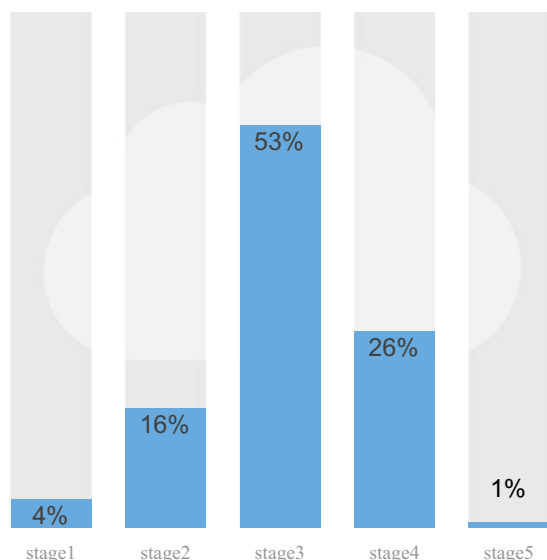
Tirez parti du cloud

Diversification des activités



30 jours. Cet outil de ventes peut s'avérer puissant, tout particulièrement si vous y incorporez les données des clients et si vous renforcez les compétences en préventes pour optimiser le processus de ventes.

Étape 2 : Il faut s'impliquer



Selon l'évaluation d'IDC, votre entreprise se trouve à l'étape 2 de préparation au cloud en termes de diversification des activités. 16 % des entreprises évaluées dans le cadre de notre recherche se situent à cette étape et la majorité des entreprises se trouvent à l'étape 3 : De manière générale, à cette étape, les entreprises présentent les caractéristiques suivantes :

Contribution aux revenus:

La majorité des revenus logiciels provient de la revente des licences sur site mais la croissance des revenus récurrents dépasse souvent celle des activités traditionnelles. À cette étape, la plupart des entreprises viennent juste d'évaluer la contribution des revenus récurrents par rapport à celle des activités basées sur les projets. La plupart commencent tout juste à développer un plan financier.

Programmes partenaires

À cette étape, les entreprises donnent la priorité aux fournisseurs stratégiques pour leurs activités cloud. Elles amorcent souvent une progression vers un niveau plus élevé des programmes spécifiques

au cloud (bien qu'elles puissent se trouver à des niveaux plus élevés pour les produits sur site).

Services

Vous êtes susceptible de développer un portefeuille de services conçu spécifiquement pour une montée en gamme à partir du SaaS. Il est généralement orienté vers la formation, la mise en œuvre et le support. Les activités cloud prennent de l'ampleur et l'entreprise commence à développer l'expérience et l'IP.

Infrastructure cloud:

À cette étape, il est rare qu'une entreprise ait effectué des investissements importants dans ses propres infrastructures, outils et technologies de gestion cloud. Cependant, de nombreuses entreprises ont commencé à développer une feuille de route technologique bien structurée pour la technologie et les compétences requises.

Recommandations:

Plan financier:

À cette étape, nous vous recommandons de développer un processus de révision régulier qui analyse la contribution des revenus récurrents, les revenus de services et les revenus de revente de produits au fil du temps. Développez un plan d'investissement pour une infrastructure et des outils cloud évolutifs. Il permettra également d'assister la prestation de services, telle que les services gérés proactifs et la gestion hybride.

Développez l'IP:

Analysez les projets passés et identifiez les solutions et services technologiques pouvant être produits en tant qu'IP. Explorez votre base de comptes existants pour identifier les secteurs présentant une opportunité de développement de spécialisation.

Partenariats avec les fournisseurs:

Avec vos partenaires fournisseurs, explorez les opportunités pour le développement de solution jointe (verticale ou horizontale). Vous devez également vous familiariser avec les exigences de progression vers un niveau supérieur et continuer à structurer votre propre business plan pour vous aligner à ces exigences. En organisant une séance de planification commerciale en collaboration avec vos fournisseurs cloud, vous développerez des opportunités et exprimerez votre engagement.

Opportunités d'automatisation et de montée en gamme:

Les entreprises cloud qui réussissent font appel au cloud comme opportunité de vente d'autres services. Plus ces services sont automatisés et réutilisables, plus ils deviennent rentables. Même à cette étape précoce, nous vous recommandons de concevoir des services futurs en gardant l'automatisation à l'esprit.

