



## Introduction

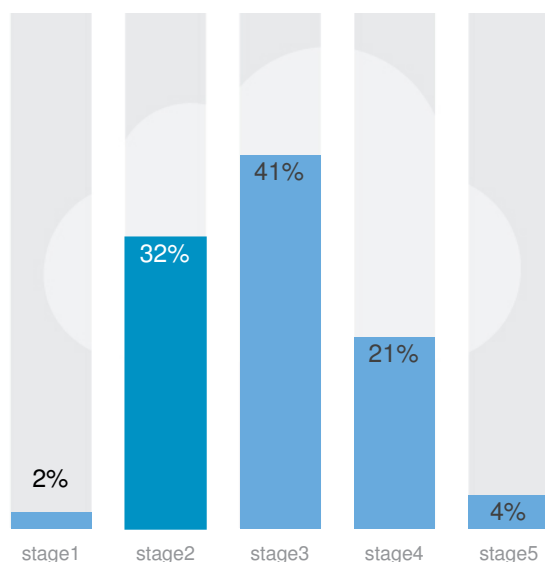
Nous vous remercions d'utiliser l'outil d'évaluation de préparation au cloud d'IDC. Grâce à celui-ci, vous pouvez positionner votre entreprise par rapport à 500 entreprises similaires aux États-Unis et en Europe et bénéficier de conseils de développement pour vos activités cloud.

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 **Étape 2 : Il faut s'impliquer** en termes de préparation globale au cloud. **32 %** 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.

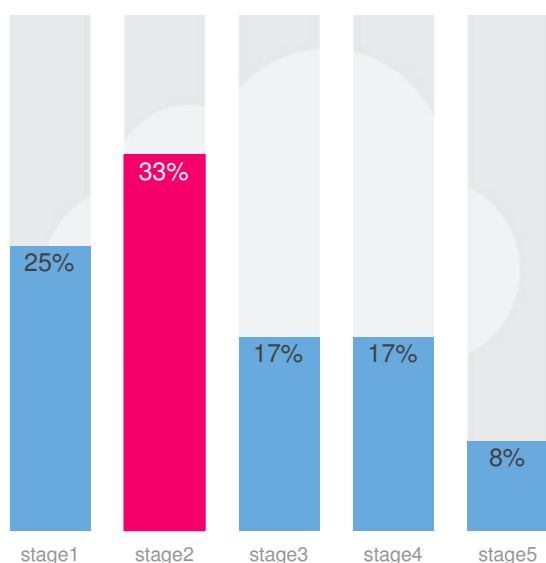
Le rapport suivant détaille les différentes facettes de votre stratégie cloud ainsi que votre progression. Il vous fournit également des conseils concernant les améliorations pouvant être apportées.

Stage	Percentage
stage1	14%
stage2	39%
stage3	28%
stage4	13%
stage5	6%

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



### Étape 2 : Il faut s'impliquer



Selon l'évaluation d'IDC, votre entreprise se trouve à l'étape 2 de préparation cloud en termes de processus. 33 % 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. Vos processus doivent être améliorés et vous devez également vous concentrer sur le développement et la prestation du cloud. De manière générale, à cette étape, les entreprises présentent les caractéristiques suivantes :

#### Mesure:

À cette étape, les entreprises n'ont pas encore distingué les activités cloud au sein de leurs finances. Il est par conséquent difficile de mesurer la réussite du cloud. Cependant, les objectifs de croissance sont définis et les objectifs sont mis en place.

#### Automatisation:

En règle générale, les entreprises souhaitent développer des processus et méthodologies réutilisables afin d'exécuter des projets cloud. Elles reconnaissent notamment que l'automatisation est

essentielle pour garantir des activités cloud rentables. Souvent cependant, ces compétences sont à des stades de développement précoces.

#### Compétences:

À cette étape, on commence à encourager le personnel à participer à des formations spécifiques aux fournisseurs mais ce phénomène reste ponctuel, souvent généré par une motivation personnelle et n'entre pas dans le cadre d'un plan de formation formel.

#### Recommandations:

##### Mettez au point des indicateurs de performance:

Lancez la mise en œuvre d'indicateurs de performance et de mesures spécifiques au cloud pour les ventes et les opérations, notamment des objectifs de croissance pour le cloud. Cela vous permettra de contrôler et de viser des objectifs définis en termes de contribution aux revenus récurrents en tant que pourcentage de revenu total.

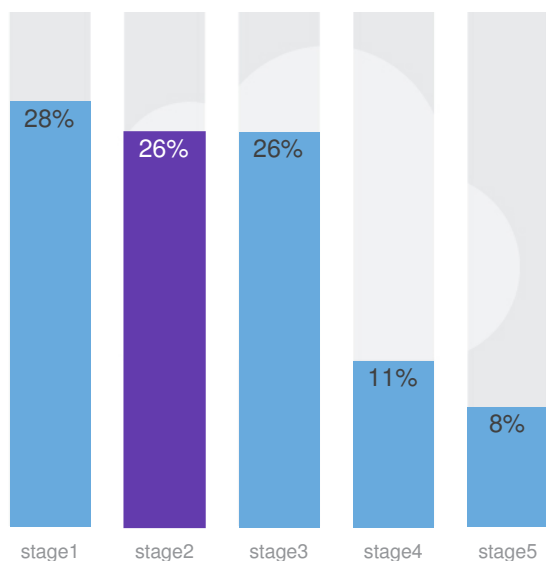
##### Création de processus réutilisables:

Il doit s'agir d'un objectif à long terme, avec des systèmes, des méthodologies et des indicateurs de performance conçus pour optimiser la rentabilité du cloud par le biais de revenus récurrents à forte marge.

##### Certification et formation:

Lorsque vous atteindrez la prochaine étape de maturité, vous devrez mettre au point un plan de certification fournisseurs structuré avec des objectifs de formation. Vous pourrez ainsi développer les compétences nécessaires pour améliorer vos activités cloud et progresser au sein des différentes étapes avec vos fournisseurs cloud.

### 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 marketing. 26 % 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:

À cette étape, les entreprises se concentrent principalement sur des approches traditionnelles (événements, supports, partenariats) mais commencent à explorer les canaux marketing numériques.

#### Alignement des ventes:

Vous associez probablement vos propres activités de génération de prospects aux activités en partenariat avec vos fournisseurs. Ainsi, vous pouvez évaluer la qualité de vos prospects et mesurer et approfondir en continu votre approche.

#### 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:

#### Définissez une démarche cloud:

Continuez à développer vos compétences de marketing numériques au sein de l'entreprise dans le cadre d'une démarche de transformation marketing plus large. Dans le cadre de ce processus, nous vous recommandons d'aligner votre marketing et la démarche de l'acheteur cloud. Ainsi, vous pouvez définir votre proposition de valeur et générer des activités marketing à chaque étape du processus.

#### Métriques marketing:

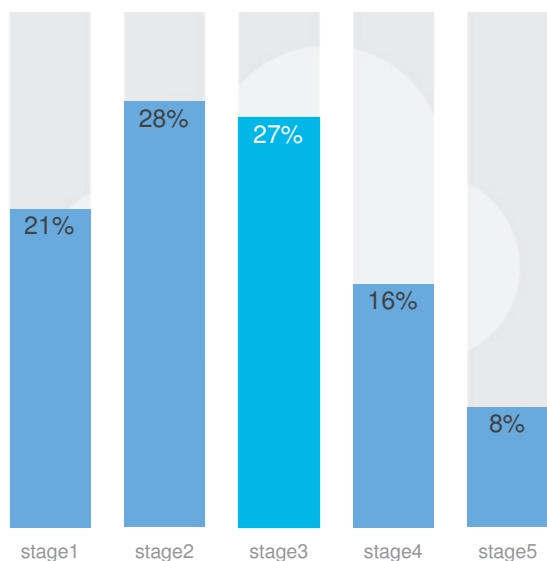
Elles doivent être créées autour de la qualification et de la génération de prospects. Elles doivent être adaptées à chaque activité et canal marketing (marketing basé sur les événements traditionnels, marketing sortant et marketing numérique, etc.). Les métriques doivent également être définies en fonction d'objectifs marketing plus larges (activité de sensibilisation, marque, génération de prospects, etc.).

#### Leadership éclairé:

À cette étape, il est important de personnaliser le contenu officiel disponible auprès de vos fournisseurs partenaires. Vous devez également commencer à élaborer un plan consacré à vos propres activités de leadership éclairé. Il vous permettra de nouer un dialogue direct avec votre marché et votre public. Ce plan comprendra des blogs, forums, articles et références.



### 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.

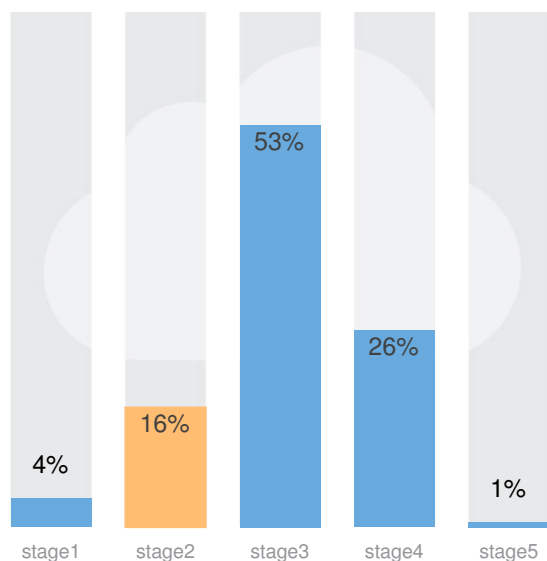
#### Échelle:

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 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.