



ON-PREMISE, OU DANS LE CLOUD ?

Quelle solution de gestion de la fidélisation pour les marques premium ?



CHAPITRE I

La Révolution du Cloud

On ne peut pas le nier - depuis le tout début, **le Cloud a été au premier plan de la révolution technologique en cours**. Il n'y a pratiquement aucun article de nos jours au sujet de l'utilisation de solutions IT modernes au service de l'efficacité commerciale, où aucune mention n'est faite à ce sujet. Réalisant nos rêves **d'accès instantané** et de haute disponibilité du système, le Cloud a rapidement trouvé sa place dans notre dictionnaire.

Ainsi, il ne s'agit plus de savoir ce qu'est le cloud computing - nous le savons tous maintenant - mais de savoir comment il affecte l'environnement commercial actuel et **comment il peut être utilisé pour entraîner un développement et des investissements futurs au sein de l'entreprise**.

Forbes révèle que 83% de l'infrastructure informatique et des logiciels d'entreprise seront pilotés par le cloud d'ici fin 2020.

De plus, certaines des sociétés de recherche et de conseil les plus connues telles que [IDC et Gartner](#) soulignent que le marché du cloud computing va continuer d'augmenter rapidement, **estimant que sa valeur dépassera les 696 milliards de dollars d'ici 2025**. Étant donné que sa valeur actuelle est d'environ 200 milliards de dollars, nous parlons d'une croissance annuelle de plus de 21% par an. Surpris ? Probablement pas. Bien sûr, il existe de nombreuses raisons pour lesquelles le Cloud prend de l'ampleur.

En commençant par **ses performances de quasi-totale disponibilité** et en passant par **ses modèles de paiement attractifs**, le Cloud est plus qu'une simple réponse au fait que les entreprises d'aujourd'hui cherchent plus de confort. Les réparations et la maintenance étant gérées par le fournisseur IT, les entreprises peuvent **dégager des ressources et réduire leurs coûts d'exploitation**. Sachant cela, pas étonnant qu'il attire autant l'attention.



Aussi pratique et innovant soit-il, **le Cloud ne remplace pas les solutions informatiques on-premise**. C'est une option - qui peut ou non convenir, selon les circonstances techniques et commerciales. Les systèmes on-premise offrent également bon nombre d'avantages. Les entreprises doivent donc prendre une décision prospective en fonction de leurs besoins et attentes.

Jetons un coup d'œil à certaines différences clés entre les systèmes on-premise et ceux hébergés sur le cloud.

CHAPITRE II

Quelle Différence, du point de vue commercial?

Les systèmes on-premise et ceux basés sur le cloud peuvent tous deux servir de **base informatique solide pour vos activités commerciales** et produire des résultats quelque peu similaires. Cependant, le chemin qui y mène diffère selon l'approche adoptée.

Bien que les deux puissent fournir un cryptage des données tout aussi avancé, la mise en œuvre **d'une solution on-premise permet de conserver toutes les informations sensibles au sein-même votre entreprise**, ce qui signifie plus de visibilité et de contrôle des données mais moins d'immédiateté et de puissance, tandis que le passage au cloud signifie que **vos données et applications commerciales seront stockées dans un datacenter hautement sécurisé**.



Le cloud est synonyme de **configuration rapide et d'accès instantané** à l'environnement virtuel pour de nombreux utilisateurs quel que soit leur emplacement (tant qu'ils disposent d'une connexion Internet). Mais la sécurité de vos systèmes, **assurée par des services intégrés et automatisés de sauvegarde et de récupération de données**, est entre les mains du fournisseur de cloud. Tant que vous faites confiance à votre fournisseur, il n'y a aucune raison de s'inquiéter.



D'un autre côté, faire fonctionner un système sur site, c'est **avoir une salle de serveurs bien configurée et sécurisée et la maintenir en parfait état en permanence**. De ce fait, soit vous employez un spécialiste informatique pour le faire, soit vous faites appel à une entreprise externe spécialisée. En d'autres termes, les opérations sur site impliquent **plus de travail et des investissements réguliers**.

Cela explique également pourquoi **les solutions on-premise sont personnalisées et conçues sur mesure**. Développé pour répondre à tous les besoins commerciaux d'une entreprise spécifique, un système on-premise est comme une extension de l'entreprise elle-même, prenant en charge toutes ses opérations principales. **Une plateforme multi-tenant hébergée sur le cloud fournit à chaque utilisateur plus ou moins la même conception UX, le même contenu et les mêmes fonctionnalités**. Les utilisateurs du cloud doivent donc apprendre à utiliser ce que la plateforme a à offrir. **Les fonctionnalités du cloud peuvent cependant être améliorées en exécutant des mises à jour du système**, qui sont presque instantanées (par rapport à celles effectuées sur site qui sont plus complexes, et donc plus longues) **ou grâce à des extensions payantes**.

Mais tout bien considéré, **si votre infrastructure est compatible avec la solution qui vous intéresse**, l'implémenter en interne pourrait être une meilleure option que le Cloud. Cela signifie cependant que vous devrez couvrir les coûts de la solution (**licence complète**) ainsi que **les coûts de sa mise en œuvre et de l'extension de votre infrastructure informatique existante** (par exemple, de la RAM supplémentaire ou un nouveau bloc d'alimentation). À long terme, il peut s'agir d'un investissement plus rentable.

Cependant, si vous ne possédez pas de service informatique ou si vous ne bénéficiez pas de l'aide de sociétés externes dans ce domaine, le Cloud devrait être votre choix technologique. **Une fois que vous aurez accepté le modèle de paiement** (généralement un abonnement mensuel ou annuel), vous pourrez commencer à utiliser la solution immédiatement, sans vous soucier de problèmes techniques.



CHAPITRE III

Qu'en est-il de la Fidélisation de la Clientèle?

Les systèmes traditionnels de gestion de la fidélité existent depuis très longtemps. Utilisés pour améliorer l'engagement des clients, ils sont devenus un élément crucial du marketing moderne. On pourrait donc dire que les systèmes de gestion de la fidélité basés sur le cloud sont les « petits nouveaux ». **Même si l'utilisation de l'un ou de l'autre concerne davantage la façon dont vos données sont stockées**, et qu'ils peuvent par conséquent fournir une gamme similaire de fonctionnalités, **il peut y avoir malgré tout de légères différences en ce qui concerne l'aspect commercial.**

Vous vous demandez donc dans quels cas un système on-premise de gestion de la fidélité client peut être utilisé ? Il va être mis en œuvre, par exemple, lorsque **le client a des exigences strictement définies concernant la technologie et les processus opérationnels qu'il souhaite utiliser.** Un produit sous licence laisse au client la liberté de **déterminer divers aspects, comme le processus de création et d'exécution des programmes de fidélisation.** Le système on-premise est également préférable **lorsque le projet de fidélité implique une intégration complexe avec des systèmes externes.** En fin de compte, un tel système est un outil marketing très avancé qui vous aide à **mettre en œuvre votre vision de la gestion de la fidélisation de la clientèle** dans votre entreprise.

Cela ne signifie cependant pas que ce n'est pas possible avec une solution de fidélisation hébergée sur le cloud. **La solution cloud peut en effet posséder toutes les fonctionnalités dont vous avez besoin.** Gardez à l'esprit que sur le cloud, les processus métier sont configurés en fonction des outils fournis par la solution de fidélisation, et non pas développés from scratch. Par conséquent, une telle plateforme offre **une gamme spécifique de fonctions (standard)** à tous les utilisateurs, qui ne peut être améliorée que par des mises à niveau ou des extensions payantes.



Livrées généralement sur la base d'un logiciel Open Source pour le serveur d'applications et la base de données, **les systèmes de fidélisation hébergés sur le cloud manquent d'exigences technologiques strictement définies.** Ils permettent donc aux entreprises de contourner le processus de mise en œuvre coûteux en temps et en argent, **garantissant ainsi un délai de commercialisation le plus court possible.** En tant que solutions cloud, ces plateformes vous permettent également de réaliser un "Proof Of Concept" (POC) afin de vérifier l'adéquation des fonctions et de l'utilisabilité du produit au besoin, et cela à faible coût. De plus, si vous n'êtes pas satisfait des résultats que vous obtenez lorsque vous utilisez une plateforme de fidélisation basée sur le cloud, **vous pouvez facilement choisir une solution fournie par un autre fournisseur technologique** - ce qui est beaucoup plus difficile lorsque vous utilisez un système on-premise.

Il existe de nombreuses raisons pour lesquelles les spécialistes du marketing devraient être favorables à l'utilisation de solutions de fidélité sur le cloud. Compte tenu de **leur flexibilité, de leur fiabilité et de leur simplicité d'utilisation**, ils se distinguent comme d'excellents outils marketing. Mais encore une fois, cela dépend de l'entreprise elle-même et de ses enjeux commerciaux. **N'agissez donc pas sous l'impulsion du moment et faites en sorte de faire le bon choix.** L'engagement de vos clients en dépend.

Choisissez l'une des deux options disponibles

OU

Une **licence payante** vous permettant d'adapter les systèmes à vos besoins

1#

Un **abonnement** (paiement à l'utilisation) sans obligations inutiles

Une **liberté** en termes de **technologies mises en oeuvre** (y compris open-source)

2#

L'utilisation de **technologies spécifiques** (y compris des bases de données payantes)

Un système de gestion de fidélité **personnalisé nécessitant un long processus d'implémentation**

3#

Un accès instantané à une plateforme standard **conçue selon les dernières tendances du marché**

Un programme de fidélité spécifique **conçu selon vos besoins**

4#

Un **Proof of Concept** (POC) rapide définissant les futurs programmes de fidélité

Améliorer un programme de fidélisation existant avec des fonctionnalités plus avancées

5#

Concevoir un programme de fidélité **à partir de zéro - avec un minimum d'effort et à faible coût**

PLUS DE RÉPONSES BLEUES - Un système CRM **on-premise** serait plus bénéfique à votre entreprise. Rendez-vous sur notre site Web - www.comarch.fr - pour tout savoir sur le système de gestion de la fidélité **Comarch Loyalty Management**, et découvrir comment nous pouvons dès aujourd'hui commencer à travailler sur un projet de fidélisation personnalisé pour vous.

PLUS DE RÉPONSES VERTES - Le Cloud est un excellent point de départ ! Ne vous inquiétez pas - nous avons ce qu'il vous faut. Rendez-vous sur notre site Web pour en savoir plus sur **Comarch Loyalty Cloud** - une plateforme modulaire qui vous permet de créer, exécuter et gérer des programmes de fidélité immersifs avec un minimum d'effort - et inscrivez-vous pour une **DÉMO GRATUITE**.



RÉPONSES MIXTES – Vous ne savez toujours vers quelle solution vous tourner ? Rendez-vous sur notre site Web et **prenez rendez-vous avec l'un de nos experts de la fidélisation** - nous vous aiderons à trouver une solution adaptée.





COMARCH LOYALTY CLOUD

Créez, exécutez et gérez des programmes de fidélité immersifs - avec un minimum d'effort et à faible coût

Comarch Loyalty Cloud (CLC) est une plateforme robuste et modulaire qui vous permet **d'intégrer des stratégies de promotion avancées et des programmes de récompenses** de manière simple et efficace. Offrant un large éventail de fonctionnalités conçues pour vous aider à **créer et à réaliser des programmes de fidélisation personnalisés**, la solution CLC se distingue par sa praticité, sa rentabilité mais aussi sa **disponibilité dans un modèle de paiement à l'utilisation ("Pay As You Go")**.

Vous pouvez profiter pleinement de toutes les fonctionnalités de la plateforme CLC quelques jours seulement après la signature du contrat. Notre produit permet en effet **de contourner le processus de mise en œuvre de projet fastidieux** et, par conséquent, **d'obtenir rapidement de meilleurs résultats commerciaux**.



COMARCH

A PROPOS DE COMARCH

Comarch est un fournisseur mondial de logiciels technologiquement avancés conçus pour aider les entreprises à améliorer leur efficacité commerciale, à réduire les coûts d'exploitation et à établir des relations solides avec tous leurs partenaires et clients. Comarch s'est fait un nom en travaillant avec certaines des marques et organisations les plus renommées au monde, y compris diverses compagnies aériennes, télécoms, institutions financières, retailers et bien d'autres. Parmi les clients de Comarch on retrouve Auchan, Galeries Lafayette, BP, Carrefour, Heineken, Goodyear, Pepsi, Vodafone.

contact@comarch.fr | www.comarch.fr