

Cet article de l'Agefi vous est envoyé par quartier@y-parc.ch.

## SAVOIR

Jeudi 1 juin 2006

### INFORMATIQUE -

#### **TouchMind avive les ressources des PME en ligne et en direct**

*La start-up, un spin-off de l'EPFL, offre dès aujourd'hui un nouvel outil en ligne pour la gestion des relations clients, via Internet.*

#### **LARA PIZURKI**

L'importance des outils pour la gestion des relations clients a été amplement démontrée au cours de ces dernières années. Si de nombreuses entreprises de grande envergure ont déjà adopté des solutions informatisées de «Customer Relationship Management» (CRM), ce n'est pas généralement le cas des PME. «Les solutions proposées correspondent en effet rarement aux besoins de ce type de sociétés et ne satisfont pas leurs attentes. Leur coût et la complexité de leur utilisation sont en outre des facteurs dissuasifs importants», explique Jean-Emile Denis, professeur de marketing aux HEC de l'Université de Genève.

C'est pour pouvoir répondre aux réalités des PME que TouchMind a développé un nouvel outil CRM, en collaboration avec la communauté Open Source. La société de développement informatique, désormais basée à Yverdon-les-Bains, a été créée en 2002 par trois diplômés de l'Ecole polytechnique fédérale de Lausanne (EPFL). Active dans le marketing sur internet et la gestion de la relation client (lire «L'Agefi» du 25 février 2005), la start-up offre dès aujourd'hui un nouveau service en ligne, le ClientFidelity-CRM. Une solution permettant aux PME d'accélérer leur cycle de vente et d'optimiser leurs ressources internes, aux dires de Martin Demierre, fondateur et directeur de marketing de la société.

#### **«Dynamiser une PME offre un gain de temps énorme»**

«Sur les quelque 270.000 entreprises présentes en Suisse, seules 3 à 5% d'entre elles disposent d'un CRM. Le coût global associé à ce service représente entre 10.000 et 50.000 francs par année. TouchMind fournit un outil sur mesure, pour moins de 1000 francs par an», détaille le directeur. La nouvelle application informatique de la start-up permet à tous les membres d'une entreprise d'accéder à leur outil de gestion client depuis n'importe quel navigateur connecté à Internet. Cet accès rapide à l'ensemble des données offre une meilleure visibilité de l'état des démarches entre les interlocuteurs, que ce soit au niveau des vendeurs, des responsables financiers ou des directeurs des PME. Un plus pour ces sociétés, dont les relations clients sont souvent gérées par fichier Excel ou, pire encore, dépendent du stock de données présentes uniquement dans le cerveau de leur patron.

«Grâce à un suivi clair et rapide de toutes les affaires en cours, le management est constamment informé sur l'état du pipeline de ventes», avance Martin Demierre. L'outil interactif, accessible à l'ensemble des collaborateurs, comporte divers filtres et verrouillages d'accès. Il permet ainsi non seulement de vérifier le travail accompli pendant une période donnée, mais également de créer de nouvelles tâches pour un collaborateur, assorti d'annotations, par exemple.

#### **TouchMind table sur une croissance annuelle de 100%**

«Ce service, qui est facile d'utilisation, sert aussi d'outil de prévisions. Quelques clics de souris permettent de visualiser une situation globale par compte, par vendeur et par date, et donnent un accès à une vision instantanée du futur chiffre d'affaires.» Le responsable estime que la corrélation entre prévision et réalisation peut ainsi se faire de façon précise, de même que la mesure de l'efficacité du marketing par industrie, par secteur et par pays. «Notre CRM, qui est opérationnel depuis trois mois, a déjà été adopté par une vingtaine de clients», rapporte le directeur, qui prévoit d'enregistrer près de 500 licences cette année. Martin Demierre et Jean-Philippe Fager, cofondateurs de

la jeune société, ont investi près d'un million de francs de fonds propres dans TouchMind, qui devrait atteindre l'équilibre d'ici la fin de cette année. Le chiffre d'affaires, qui s'est établi à près de 120.000 francs en 2005, «atteint plusieurs dizaines de milliers de francs par mois en 2006, en très forte croissance», souligne le responsable de marketing, qui table sur une croissance annuelle de 100% depuis 2005.

La start-up, qui emploie actuellement seize personnes en Suisse et deux en Argentine, est lauréate du prix Y-Parc en technologie (lire «L'Agefi» du 22 septembre 2005). Elle bénéficie par ailleurs du soutien de la Confédération par l'intermédiaire de l'agence pour la promotion de l'innovation CTI, la fondation pour l'innovation technologique (FIT) et Genilem.