

Communiqué de presse
Pour diffusion immédiate

« Solutions TI : La grande entreprise, oui mais à quel prix ? »

Les grands donneurs d'ordre et les technologies québécoises : apprendre à se connaître

Montréal, le 12 octobre, 2004 – Les grands joueurs de l'industrie s'étaient donné rendez-vous pour Solutions TI, l'événement qui met en contact les entreprises technologiques d'ici et les CIOs de grandes entreprises. Sandrine Bélanger de Compétia a ouvert la matinée avec une conférence sur la veille concurrentielle et la sécurité informatique. Elle a démontré, en prenant comme exemple une entreprise présente dans la salle, que certains outils disponibles sur le Web sont indispensables à toute entreprise qui veut maintenir sa position sur le marché, mais aussi que la sécurité peut nuire à la bonne connaissance de son marché.

Par la suite le Réseau a dévoilé les résultats, très attendus, de son étude menée auprès des décideurs informatiques de grandes entreprises au Québec. Cette étude avait pour objectifs de comprendre les besoins et les attentes des grandes entreprises, de cerner les enjeux actuels ainsi que ceux des deux prochaines années, et enfin de comprendre les processus d'acquisition et le mode de sélection des fournisseurs. La conclusion de cette étude a mis les participants au diapason et le mot d'ordre fut donné : il faut se faire connaître.

L'exposition logicielle a répondu à ce défi. En effet, des entreprises technologiques y avaient une tribune pour présenter leurs solutions aux CIOs présents.

« Le format est très bien pensé. Le fait que certaines entreprises soient concurrentes n'était pas du tout problématique et leur espace était bien aménagé. L'idée de leur donner 5 minutes chacune était excellente. Ça permet de comprendre vite ce qu'elles font de façon efficace! » confie Sandrine Bélanger de Compétia. C'était aussi un moment privilégié pour les CIOs de découvrir des solutions à leurs besoins, comme nous le raconte Jean-Claude Laferrière du Ministère de la justice du Québec. « C'était la première fois que je participais à Solutions TI et j'ai été agréablement surpris par la qualité des exposants que je ne connaissais pas. Cela m'a d'ailleurs permis de rencontrer un exposant et de discuter d'une problématique à laquelle le Ministère fait face actuellement. J'ai lui ai d'ailleurs demandé de venir faire une présentation de leur solution. Je pense que Solutions TI est un événement qui favorise la connaissance de solutions technologiques québécoises et je le recommande vivement! »

Puis ce fut le moment très attendu : le panel, composé de deux producteurs, représentés par Jean Fahmy, d'OpenFace Internet, et Jacques Hanley, d'Ulysoft, et deux décideurs informatiques, représentés par Robert Proulx, de Bombardier Aéronautique et Martin Losier, de Gestion Firma. Les échanges ont porté sur les "Études de cas" et le "Service après-vente", le tout orchestré brillamment par Monsieur Philippe Biron.

La première partie du débat a porté sur le bien fondé des études de cas. Pour Monsieur Proulx, de Bombardier Aéronautique, ce n'est pas une tactique gagnante que de lui soumettre directement une étude de cas. Les entreprises doivent faire un effort pour présenter une étude de cas générique plutôt qu'une étude de cas qui soit spécifique à une autre entreprise. Elle doit porter sur une entreprise de taille comparable et être concise. À l'inverse Monsieur Losier, lui, aime que les études de cas arrivent sur son bureau pour faciliter une première décision. Ils ont cependant conclu tout les deux que l'étude de cas permet de gérer les attentes et d'avoir de bonnes références « vérifiables ».

À la question posée sur les attentes au niveau du service après vente, Monsieur Losier dit aimer avoir l'impression de « rester un client potentiel ». Il a convaincu l'auditoire de la valeur ajoutée d'être proactif avec un client et de ne pas hésiter à retourner le voir pour s'assurer que les objectifs ont bien été atteints.

« Pour percer dans la grande entreprise, la promotion du Service après-vente dans une solution est essentielle. La PME devra être capable d'avoir une attitude de collaboration et un temps de réaction très rapide sur la planète. Ceci forme des conditions sine qua non de sélection de partenaire chez Bombardier Aéronautique » indique Monsieur Proulx.

Le marché de la grande entreprise offre des possibilités pour de multiples joueurs. Néanmoins, les PME doivent faire un travail de fond : Pour s'approprier la part du lion, elles doivent d'abord « se construire » auprès d'entreprises de leur taille, afin d'assurer leur pérennité.

À propos du Réseau inter logiQ :

Le Réseau inter logiQ regroupe et appuie les dirigeants de sociétés de TI à atteindre leurs objectifs de croissance en leur facilitant l'accès aux meilleures pratiques de mise en marché pour leur produits et services. À cette fin le réseau organise des événements de développement professionnel, de transfert de connaissances stratégiques et de maillage, et il dirige ses membres vers les ressources spécialisées qu'elles requièrent.

-30-

Pour plus d'informations :

Amélie Chauvel

Responsable Communications

Réseau inter logiQ Network

407, St Laurent, suite 600

Montréal, Québec, H2Y 2Y5

Tél: (514)874-2667 poste 104

achauvel@interlogiq.ca