

# L'internet et les Schtroumpfs

Imaginé par Peyo il y a plus d'un demi-siècle, les Schtroumpfs représentent aujourd'hui un business de 7 milliards de dollars. Une manne que la société I.M.P.S, gestionnaire des droits des petits bonshommes bleus dans le monde entier, tient à l'œil grâce à un CRM dernier cri destiné à soutenir la stratégie de développement des activités commerciales.

**Inside Digital Media: Les Schtroumpfs sont à l'origine d'une vaste entreprise commerciale dans le monde entier ... Un chiffre pour résumer ce succès planétaire?**

**William Auriol, CEO d'I.M.P.S:** Notre société a été créée en 1984 dans le but de gérer les droits d'exploitation de l'image des Schtroumpfs. IMPS est donc active dans le monde entier et articule ses activités autour de trois business units: le book-publishing, le merchandising-promotion et l'audio-visuel. Le chiffre d'affaires généré par les produits dérivés avoisine aujourd'hui les 7 milliards de dollars sur les quinze dernières années.

**Vous prétendez que l'Internet ne vous sert à rien ... Pouvez-vous développer cette position «décagée» par rapport à la tendance actuelle?**

Hormis notre site Internet, que nous modernisons en ce moment, nous ne sommes actifs ni dans l'e-commerce, ni dans aucun autre segment du business online. Nous faisons partie de ces rares entreprises qui n'ont pas besoin d'investir des ressources dans la prospection, car ce sont les gens qui viennent vers nous.

**Les Schtroumpfs ont néanmoins une présence sur Internet, ne fut-ce que sur Facebook ...**

C'est exact. Les Schtroumpfs sont sur Internet par le biais de nos partenaires (produits dérivés disposant d'une



William Auriol | CEO d'I.M.P.S.

**«Nous faisons partie de ces rares entreprises qui n'ont pas besoin d'investir des ressources dans la prospection, car ce sont les gens qui viennent vers nous»**

licence), et fans sur Facebook (un jeu est prévu sur la plate-forme sociale). En revanche, nous refusons d'aller nous-mêmes sur Internet. Nous n'avons aucun besoin d'accroître la notoriété des Schtroumpfs sur la

**« Le CRM est un outil indispensable, notamment dans l'exploitation analytique des données. Il nous permettra, in fine, un meilleur pilotage de notre croissance »**

Toile. Nous estimons que celle-ci est déjà suffisamment importante dans le monde entier pour nous risquer dans l'aventure sociale. S'il est acquis que les réseaux sociaux peuvent être un bon moyen d'acquérir de la notoriété, je pense en revanche qu'une

marque bénéficiant déjà d'une forte notoriété a plus à perdre sur Facebook qu'à y gagner. D'ailleurs, nous n'avons rien à raconter au quotidien pour générer un trafic suffisant et régulier. Notre agence-conseil en communication a essayé de nous faire changer d'avis sur ce point en nous mettant en contact avec Olivier Blanchard, le grand manitou du social media marketing. Après une analyse minutieuse de notre cas, il a finalement convenu que nous faisons partie de ces rares sociétés qui n'ont pas d'intérêt majeur à assurer une présence sur les réseaux sociaux.

**Les Schtroumpfs, c'est aussi une iApp qui cartonne sur les Smartphones et autres iPad ...**

En effet, le jeu des Schtroumpfs rencontre un énorme succès sur l'App Store puisqu'il a déjà dépassé les 11 millions de téléchargements. Il s'agit

d'un des plus gros hits du moment. Cela dit, un mini site Internet sert de plate-forme promotionnelle au lancement du nouveau film des Schtroumpfs via des «trailers», animations, jeux, etc.

**“ Nous avons besoin d'un partenaire capable de nous proposer une solution sur mesure ”**

**Parlons de votre nouveau CRM Sage implémenté par l'intégrateur Megabytes. Ce choix résulte-t-il d'un comparatif avec d'autres solutions concurrentes?**

Nous avons effectivement démarché plusieurs fournisseurs de CRM. Nous voulions travailler avec un partenaire disposant d'une bonne capacité d'écoute, et qui puisse comprendre notre métier ainsi que nos besoins spécifiques afin de transmettre au mieux notre message aux équipes d'informaticiens. En réalité, il n'existait pas de solution adaptée à notre métier très particulier. Il a donc fallu partir d'un CRM basique et l'adapter aux exigences de notre business.

**Quel est le budget investi dans ce CRM?**

L'investissement global, comprenant aussi bien la solution logicielle que son intégration, se situe dans une fourchette comprise entre 50.000 et 100.000 euros.

**Combien de personnes l'utilisent au quotidien?**

Notre CRM s'adresse à une dizaine de personnes au sein de l'entreprise.

**Quid du ROI d'une telle opération?**

Il est difficile de quantifier financièrement le retour sur investissement de l'intégration d'un CRM dans une PME comme la nôtre. Mais notre objectif est ailleurs: nous souhaitons que tout le monde puisse travailler de la même manière afin de sécuriser les processus et disposer d'une solide base de données centralisée. La nouvelle plate-forme de Sage nous permet de tirer des analyses diverses, tout en offrant une meilleure lisibilité de nos activités. Il s'agit en définitive

d'un outil d'aide à la décision destiné à guider nos choix tactiques et stratégiques. Il est évident que l'amortissement d'un tel investissement se fera dans la durée, au fur et à mesure des retours qualitatifs que l'on en tirera.

**L'adoption du CRM doit répondre à de nouveaux défis grâce à des outils innovants ...**

Cet investissement répond au redéploiement géographique de nos activités, à la redéfinition de notre politique commerciale et marketing, ainsi qu'au lancement du premier film cinéma en 3D produit à Hollywood mettant en scène les Schtroumpfs. Il s'inscrit donc dans la croissance d'I.M.P.S, qui doit repenser non seulement son organisation et sa structure, mais aussi ses processus et l'allocation de ses ressources. Par ailleurs, nous devons nous appuyer sur de nouveaux outils pour rationaliser nos workflows et permettre une meilleure visibilité de notre activité en cours et à venir.

**Vous avez confié l'intégration du CRM à Megabyte ... Pourquoi avoir choisi cette entreprise en particulier?**

Nous avons besoin d'un partenaire capable de nous proposer une solution sur mesure. Nous avons opté pour Megabyte principalement pour son expertise, son savoir-faire technique et sa réactivité. Le CRM est un outil indispensable, notamment dans l'exploitation analytique des données. Il nous permettra, in fine, un meilleur pilotage de notre croissance.

**Quelles sont les particularités de cet outil «sur mesure» basé sur une plate-forme Sage?**

La personnalisation du CRM s'est concentrée sur le workflow principal qu'est le contrat: de la négociation commerciale au relevé de royalties, en passant par le contrat en lui-même ainsi que tous les corollaires d'ordre commercial, juridique, financier, etc. Un CRM répondant exactement à nos exigences n'existant pas sur le marché, la société Megabyte a proposé une solution permettant un paramétrage en profondeur pour une adéquation optimale entre le produit et la demande. Le CRM est basé sur le logiciel Sage SalesLogix, car il offrait, selon l'intégrateur, le

plus de flexibilité en termes de paramétrage.

**En quoi consiste la personnalisation du CRM?**

La plus importante modification concerne le module qui gère traditionnellement les «opportunités». Nous l'avons entièrement recalibré pour la gestion des royalties, qui reste un process très spécifique. Autrement dit, les offres négociées sont encodées dans le système qui génère ensuite les relevés des royalties à percevoir et qui les transforme en lignes de facturation. Ces dernières passent ensuite dans le programme de comptabilité BOB 50, également conseillé par les spécialistes de Megabyte.

**Quels sont les atouts du CRM au quotidien?**

Le CRM est utilisé en interne par notre personnel. Il sert à donner une meilleure visibilité des flux et une consolidation des données. D'ailleurs, cette plate-forme est appelée à évoluer. A terme, nous envisageons de lier encore plus étroitement le CRM à la comptabilité afin de calcu-

**“ Nous refusons d'aller nous-mêmes sur Internet. Nous n'avons aucun besoin d'accroître la notoriété des Schtroumpfs sur la Toile ”**

ler directement les commissions de nos agents. Nous souhaitons également permettre l'accès au CRM de l'extérieur, pour nos agents et pour les détenteurs de licences. Ils pourront ainsi encoder à distance les informations relatives au calcul de royalties, ce qui nous fera également gagner en rapidité.

**Comment qualifiez-vous l'impact d'un tel outil au sein de votre société?**

L'usage d'un CRM optimise le fonctionnement des entreprises. C'est un fait. Mais il faut également tenir compte d'une phase d'adaptation pour les utilisateurs. L'introduction d'un CRM modifie en profondeur la manière de travailler ... ●