

Integrytis, le meilleur de la BI et de la gestion de la relation client



> Dominique COSTARDI et Ilias BENSASID.

Dominique Costardi et Ilias Bensaïd n'en sont pas à leur coup d'essai lorsqu'ils créent en 2006 Integrytis, société de conseil et de service spécialisée en business intelligence (BI) et en gestion de la relation client (CRM). Après une carrière dans de grandes SSII, les 2 ingénieurs envisagent de créer une société de conseil à taille humaine. Leur offre ? Optimiser les indicateurs techniques, fonctionnels et métiers de leurs clients. « Nous les aidons à transformer leurs systèmes d'information en systèmes orientés clients. Après audit, nous les orientons vers les solutions les plus perti-

nentes pour leurs besoins. Nous intervenons dans la mise en place des progiciels, mais nous avons choisi de rester neutres vis-à-vis des éditeurs pour jouer pleinement notre rôle de conseil. » Une transparence qui séduit, entre autres, la Banque Palatine, comme le confirme

Cédric Lesperres : « Les profils présentés, au-delà de leurs compétences techniques, se sont révélés très polyvalents car les consultants BI Integrytis possèdent tous une aisance relationnelle, une qualité rédactionnelle et de synthèse qui leur permettent d'être très rapidement autonomes. Nous les sollicitons tant sur des missions d'expertises que sur du projet classique car ils connaissent maintenant parfaitement nos problématiques et environnements décisionnels grâce à la proximité et au suivi régulier de leur équipe commerciale et dirigeante. » Parmi les clients, on trouve d'autres grosses pointures convaincues par leur expertise, leur disponibilité et leurs tarifs compétitifs : Unilever, Saint-Gobain, GMF, Caisse



d'épargne, le Groupe Prévoir. Dans cette compagnie d'assurance, on apprécie notamment « une société à taille humaine avec une relation client fondée d'abord sur la confiance sur le long terme, et sur une volonté de réussite commune des projets. Ceci nous assure de leur part une bonne réactivité et un traitement privilégié de nos demandes d'assistance », souligne Driss ARSALANE.

« N'ayant pas la force de frappe marketing des grandes SSII, nous construisons notre relation sur le long terme et avons la capacité de nous adapter aux besoins spécifiques de chaque client. Baptisée ID Solution, notre filiale marocaine est une plateforme de développement spécialisée dans les projets de BI et de CRM et nous permet de proposer des solutions financièrement avantageuses à nos clients », souligne Ilias Bensaïd. Elle permet aux entreprises d'externaliser une partie ou la totalité de leurs projets informatiques au Maroc. L'équipe française



d'Integrytis assure le front-office client, la relation avec les utilisateurs, ainsi que la direction de projet. Pour sa filiale dédiée au near shore, Integrytis a choisi le Maroc, destination francophone proche géographiquement et culturellement de la France et dont le niveau de compétence informatique des ressources n'est aujourd'hui plus à prouver. « Nous mettons en place des équipes mixtes franco-marocaines, où l'équipe de réalisation marocaine intervient depuis la phase amont avec l'équipe française sur la conception de la solution. Cette organisation nous a permis de garantir à nos clients une qualité de service élevée tout en proposant des tarifs très compétitifs. En temps de crise, cet argument séduit plus encore, ajoute Ilias Bensaïd responsable de la filiale marocaine, ravi de constater que cette implantation attire déjà des demandes de sociétés marocaines et d'Afrique du Nord. Une seconde

filiale, Thin-Track, s'est spécialisée dans la conception d'architectures logicielles modulaires, dites « Architecture à Activités Autonomes » (AAA), répondant aux problématiques de traçabilité et d'analyse en temps réel. Un vrai réservoir d'innovation ! Pour preuve, la progression du C.A est continue, même en ces temps de crise : +15 % en 2008 : « Qu'on soit ou non en période de crise, les entreprises ont besoin d'un reporting régulier pour prendre les bonnes décisions » indique Dominique Costardi. « Quant à la fidélisation des clients, c'est un levier important de développement dans un contexte de concurrence accrue. Mais attention, la croissance sera maîtrisée : nous souhaitons préserver la proximité avec nos clients, c'est ce qui fait notre force. Notre développement ne se fera pas au détriment de la qualité de nos prestations ».