

Voici quelques années, en pariant sur le fort développement du mode ASP, l'éditeur Negsys prenait un risque. Aujourd'hui, force est de constater que la formule connaît un vif succès, surtout chez les PME à la recherche d'une solution simple, rapide et ne nécessitant pas de lourds investissements. Bruno Barone, PDG de la société en est le premier surpris.

Negsys surfe sur la vague de l'ASP

« **D**epuis novembre dernier, nous avons du mal à suivre, tellement la demande est forte ». Qui parmi les principaux éditeurs de logiciels pourrait en dire autant ? Bruno Barone, fondateur de la société Negsys, n'en revient pas lui-même. Cet ancien de la Grande distribution, puis de la Distribution spécialisée (il a été à la DSI d'Office Depot pendant cinq ans), avait modestement créé sa société en 2001 pour combler un vide : « A l'époque, plusieurs fournisseurs d'Office Depot m'avaient fait part de leur difficulté à trouver sur le marché un WMS susceptible de répondre à leurs attentes. Certains m'avaient même lancé un défi : – Si vous nous trouvez une solution logistique, on vous suit. J'ai donc commencé par créer une activité de conseil, puis j'ai réalisé une petite étude pour voir quelles étaient les solutions du marché. Et là, je me suis rendu compte que les prix proposés par les éditeurs étaient exorbitants pour de petites sociétés. D'où la décision de développer un produit « Low Cost », pouvant répondre à des fonctions élémentaires d'entrepôt et de gestion de stocks ».

Des débuts difficiles

Lorsque Negsys démarre en 2001, l'entreprise doit faire ses preuves. « Après des mois de développement, lorsque le logiciel a été finalisé, j'ai revu mes anciens clients d'Office Depot et je leur ai présenté le produit. La toute première signature a été la société Malmenayde, spécialisée dans la distribution de papier. Puis d'autres ont suivi ». Malgré ces premiers succès, Negsys est vite confrontée à la dure réalité du marché. D'autant que pour survivre, la société doit faire face à des difficultés sous-estimées par le fondateur : « Etre

une toute petite entreprise constituait un véritable handicap. D'autant qu'à cet effet de taille s'ajoutait notre manque d'antériorité. Enfin, autre problème : la solution tournait sous AS/400, ce qui nécessitait pour une PME un investissement très lourd. Pour contrebalancer ces éléments négatifs, nous avons donc décidé d'évoluer vers le mode hébergé ». Un pari audacieux, et même risqué pour cette jeune entreprise, car à l'époque peu d'éditeurs de WMS s'y étaient risqués : « J'avoue qu'au début, on ne pensait pas du tout aller vers la location. Le virage était difficile à prendre en termes techniques, mais surtout financiers, car la première location ne rapporte pas grand-chose à l'éditeur. Mais grâce à cette formule, la problématique du matériel était évacuée et nous pouvions aborder les PME avec une offre beaucoup plus adaptée à leurs possibilités ». Et pour conquérir ce marché des petites et moyennes entreprises, Negsys se dote d'une approche commerciale originale et pragmatique.

« Il y a de la place pour tout le monde ! »

En 2007, Negsys prend la décision stratégique de tout miser sur le mode hébergé. Les cibles sont alors clairement identifiées : ce sont de petits prestataires régionaux, les PME de l'industrie ou de la distribution, les e-commerçants... « C'est une cible de prospects où l'on ne voit jamais nos concurrents », remarque Bruno Barone. Ce qui n'interdit pas à l'éditeur d'intervenir parfois dans des entreprises plus grosses qui ont besoin de conseil et d'assistance sur site. Cela concerne en général tout ce qui est support au quotidien ou les nouveaux projets. Mais l'éditeur ne souhaite pas se frotter aux poids lourds du WMS : « La spécificité de notre marché fait que nous ne pouvons pas perdre de temps à répondre aux appels d'offres, indique Bruno Barone.

**Bruno Barone,
Fondateur
de Negsys**





Patrick Rehel, Directeur commercial et Bruno Barone, PDG de Negsys

En effet, ces processus de sélection sont toujours très longs et incertains. C'est pourquoi nous préférons des contacts directs qui aboutissent très vite. Nous échangeons à distance avec nos prospects sur les besoins exprimés et l'enveloppe budgétaire prévue. Si la demande est cohérente, nous nous déplaçons pour faire une démo. Une de nos forces est également de demander lors du premier contact le secteur d'activité du prospect. Après quoi nous lui proposons d'aller visiter une de nos références du même type. S'il accepte de venir, nous sommes presque certains qu'il sera convaincu et qu'il signera. Sur ce marché du WMS, je considère qu'il y a de la place pour tout le monde. Chacun possède ses propres atouts, mais je ne veux pas

dépenser mon énergie à me battre contre les autres. » Une technique commerciale qui fonctionne. La preuve : en plein mois d'août, alors que tout le monde était en vacances, Negsys trouvait le moyen de signer deux nouveaux contrats.

La crise, un accélérateur pour le mode hébergé

Concernant la brusque accélération que connaît l'entreprise depuis un an, Bruno Barone s'interroge : « Je pense que plus on a de références, et plus la confiance du marché s'installe. C'est un cercle vertueux. Le succès entraîne le succès ». Mais n'y aurait-il pas d'autres raisons plus conjoncturelles ? Une interrogation à laquelle l'éditeur répond par l'affirmative : « Ce qui est sûr, c'est que la crise a également été un accélérateur dans la mesure où l'ASP permet de mettre en place un système d'information sans investir lourdement dans du matériel et l'achat d'une licence ». Est-ce à dire que le mode hébergé serait uniquement un remède en période de vaches maigres ? Bruno Barone n'y croit pas : « La crise pousse les entreprises à rationaliser leurs coûts. Mais au-delà des périodes de ralentissement économique, l'ASP est véritablement une réponse à leurs attentes. Vendre une machine, une licence... j'y crois de moins en moins. Si j'observe ce qui se passe dans le monde des ERP, je constate que toutes les formes d'hébergement se développent de plus en plus. Je suis convaincu que les WMS vont suivre cette tendance ». Pour les choix techniques, le patron de Negsys n'est pas moins clair : « Pour moi, c'est un faux problème. Ce qui compte avant tout pour l'utilisateur, c'est ce que l'on fait. Nous misons plus sur la couverture fonctionnelle que sur l'architecture technique. Nous pensons que le client est plus sensible à une disponibilité 24/24 avec un service efficient à 100 % qu'à des aspects purement technologiques, comme le langage de programmation ou autres subtilités d'informaticiens. Les entreprises recherchent avant tout des solutions rapides à mettre en œuvre, et si possible, à faible impact sur le BFR ».

Une croissance exceptionnelle

Depuis quelques mois, la solution Spidy connaît une croissance particulièrement forte dans le domaine des PME. A ce jour, le logiciel équipe plus d'une soixantaine de sites dont 40 en mode locatif. Même s'il s'adresse principalement aux entreprises petites et moyennes, il fonctionne dans des entrepôts dont les surfaces vont de 600 m² à 30.000 m². Il a été retenu chez des clients aux profils aussi divers que Longchamp, Sud Frigo, Photobox, Inapa, Inovadis, KYB... On peut en déduire que cet éditeur qui a moins de 10 ans d'existence saura très vite séduire des entreprises au-delà de son marché d'origine.

Propos recueillis par
Jean-Philippe Guillaume

Un logiciel pour petits et grands

Au cours de l'année, le WMS Spidy a conquis de nouveaux clients plus ou moins gros. Ainsi le prestataire 2B Logistic a mis en place cette solution pour la gestion d'un entrepôt de 2.500 m² à Colombe (38). A Loudeac, dans les Côtes d'Armor, c'est Vital Concept, un spécialiste de la vente directe en produits d'élevage qui a choisi Spidy en mode ASP. Ici l'outil permet de servir et d'acheminer 40.000 commandes à l'attention de 15.000 clients actifs. Dans les deux cas, l'adéquation fonctionnelle, la mise en œuvre rapide et la convivialité du produit ont fait la différence.