



salesforce

Culture et croissance à l'ère de la transformation numérique

des start-ups aux entreprises



Déclarations conditionnelles



Déclaration conforme à la directive « Safe Harbor » contenue dans la loi américaine intitulée « Private Securities Litigation Reform Act » de 1995

Cette présentation est susceptible de comporter des déclarations conditionnelles, qui impliquent nécessairement une certaine prise de risque, des incertitudes et des hypothèses. Si l'une de ces incertitudes se concrétise ou si certaines hypothèses se révèlent incorrectes, les résultats de Salesforce, Inc. pourraient être sensiblement différents de ceux explicitement ou implicitement avancés par nos déclarations conditionnelles. Toutes les déclarations ne portant pas sur des faits historiques peuvent être considérées comme conditionnelles, y compris les projections de disponibilité des produits ou des services, d'augmentation du nombre d'abonnés, de bénéfices, de chiffre d'affaires ou autre valeur financière, toute déclaration concernant les stratégies ou les plans de gestion des opérations à venir, toute opinion personnelle, toute déclaration concernant les services ou les développements technologiques nouveaux, planifiés ou mis à niveau, ainsi que les contrats clients et l'utilisation de nos services.

Les incertitudes et les risques susmentionnés concernent, sans s'y limiter, les risques associés au développement et à la fourniture de nouvelles fonctionnalités pour notre service, aux nouveaux produits et services, à notre nouveau modèle commercial, nos pertes d'exploitation antérieures, les éventuelles fluctuations de nos résultats d'exploitation et de notre taux de croissance, les interruptions ou les retards de notre système d'hébergement, les failles des mesures de sécurité, l'issue des litiges, les risques associés aux fusions et acquisitions réelles et éventuelles, la jeunesse du marché dans lequel nous évoluons, notre historique relativement limité, notre capacité à développer, fidéliser et motiver notre personnel et à gérer notre croissance, les nouvelles éditions de notre service, ainsi que le déploiement réussi chez les clients, notre expérience limitée en matière de revente de produits tiers, et l'utilisation et les ventes à de grands comptes. Vous trouverez plus d'informations sur les facteurs pouvant influencer les résultats financiers de Salesforce, Inc. dans notre rapport annuel (formulaire 10-K) pour l'exercice fiscal le plus récent et dans notre rapport trimestriel (formulaire 10-Q) pour le trimestre fiscal le plus récent. Ce rapport et d'autres documents contenant d'importantes informations sont accessibles sur notre site web dans la partie Informations Investisseurs, section Documents pour la Commission des opérations de bourse (SEC).

Certains services ou fonctions qui ne sont pas encore commercialisés et sont mentionnés ici ou dans d'autres présentations, communiqués de presse ou déclarations publiques, ne sont pas encore disponibles et ne seront peut-être pas livrés à temps, voire pas livrés du tout. Les clients qui achètent nos services doivent prendre leur décision sur la base des fonctions actuellement disponibles. Salesforce, Inc. n'est pas tenu et n'a pas l'intention de mettre à jour ces déclarations conditionnelles.



Quelques-uns de nos clients québécois et canadiens qui prennent le virage numérique avec Salesforce



LAURA



ALDO



VIDÉOTRON
Affaires



Wealthsimple



Thinking
Capital

BOMBARDIER

bUS.com™



DAVIDsTEA



Jean-Francois Kuersteiner

Directeur Principal, Réussite Client



- Conseil Stratégique
- Alignement des ressources et programmes aux priorités client
- Éducation des clients, assistance dans l'exécution
- « Chief Motivation Officer » à temps partiel



À propos de Salesforce

salesforce



Nous sommes tous connectés

Bienvenue à l'ère de la transformation numérique



9

canaux sont utilisés en moyenne par les **consommateurs** pour communiquer avec les entreprises

11

canaux sont utilisés en moyenne par les **acheteurs commerciaux** pour communiquer avec les entreprises

La plateforme de réussite client

Le client au coeur de vos opérations



Un modèle de
centricité-client ...



... Les fonctions
d'entreprise autour
du client



La plateforme de réussite client

Salesforce sur Salesforce

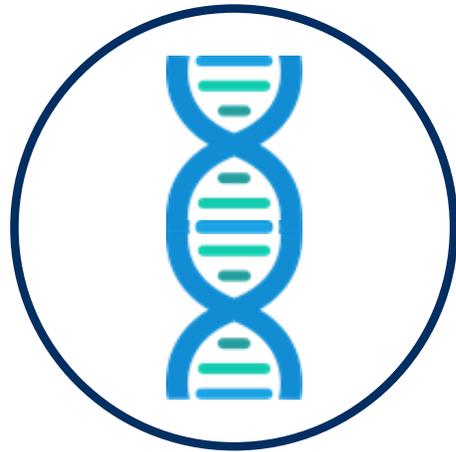


Un modèle de
centricité-client ...



*... qui s'applique
aussi à vos employés*

84% des projets de transformation numérique échouent



Les entreprises doivent aller au-delà de ces défis afin d'innover et de réussir.

Résistance au changement

Inertie organisationnelle

Des équipes et des données en silos

Manque d'alignement

Lacunes en matière de compétences

Ambiguïté

Incapacité à exécuter

Crainte de l'échec et des risques

Parce qu'on ne se concentre que sur le visible



Ce qu'on voit

-  Stratégie
-  Systèmes
-  Processus
-  Structure

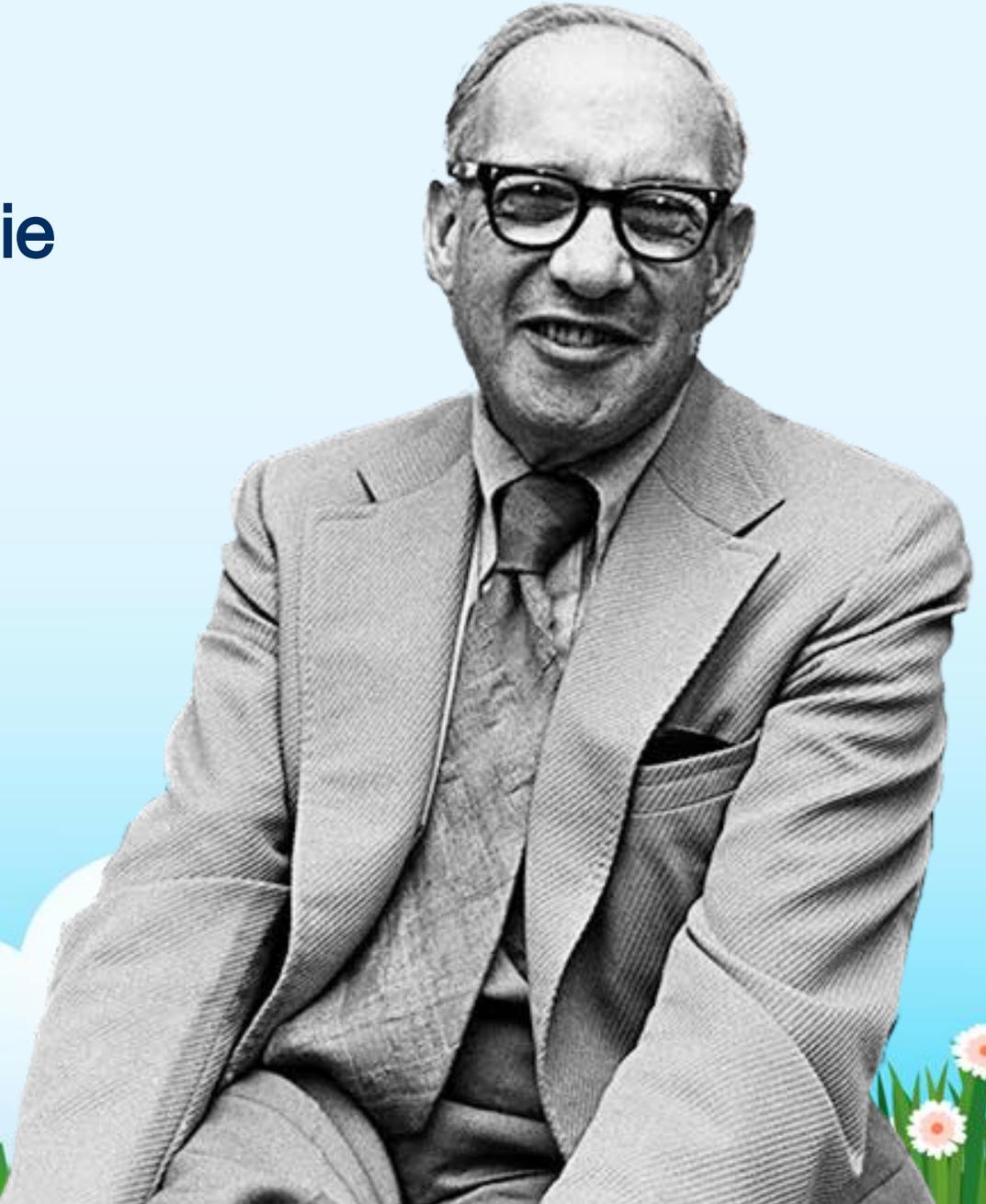


Ce qui est caché

-  Règles tacites
-  Valeurs
-  Apriorismes
-  Comportements « statu quo »

**« La culture bouffe la stratégie
au petit déjeuner. »**

- Peter Drucker, l'inventeur de la gestion moderne

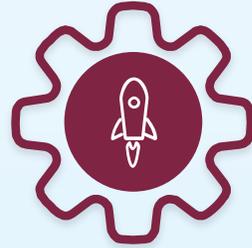


Caractéristiques culturelles des équipes performantes



Obsession client

Les mentalités et les efforts des gens sont centrés sur la création de valeur client.



Agilité et adaptation

Les personnes apprennent rapidement et s'adaptent aux changements de stratégie, de processus, de structure et de technologie afin de créer de la valeur.



Prise de risques et innovation

Les gens se sentent à l'aise de prendre des risques calculés afin d'en tirer des leçons et d'alimenter l'innovation.



Collaboration

Les gens travaillent dans des équipes inter-fonctionnelles connectées et habilitées à exécuter.



Ouverture et transparence

Les personnes partagent des idées et le leadership communique clairement les stratégies et priorités.

Écosystème

Identification des capacités

Escouades autonomes

Obsession client

Engagement

Ouverture

Adoption

Leadership

Transparence

Prise de risques calculés

Échange d'idées

Mesures de réussite

Collaboration

Caractéristiques culturelles d'un modèle opérationnel numérique performant

Adaptation

Innovation

Clarté

Habilitation

itérations

Culture d'entreprise

Formation

Aplatissement hiérarchique

Candeur

Autonomiser

Sûreté psychologique

Agilité

Plaisir

Plus qu'un Centre d'Excellence..

Un nouveau modèle opérationnel* est requis



Aligner les capacités

Responsables Produit | Capacités |
OpEx vs CapEx

Dev & Livraison

Agile | DevOps | Livraison Continue

Structure Opérationnelle

Unités d'affaires /TI | Équipes produits |
Habilitation des équipes



Principes Partagés

Prise de décision | Prise de risques |
Valeurs, comportements

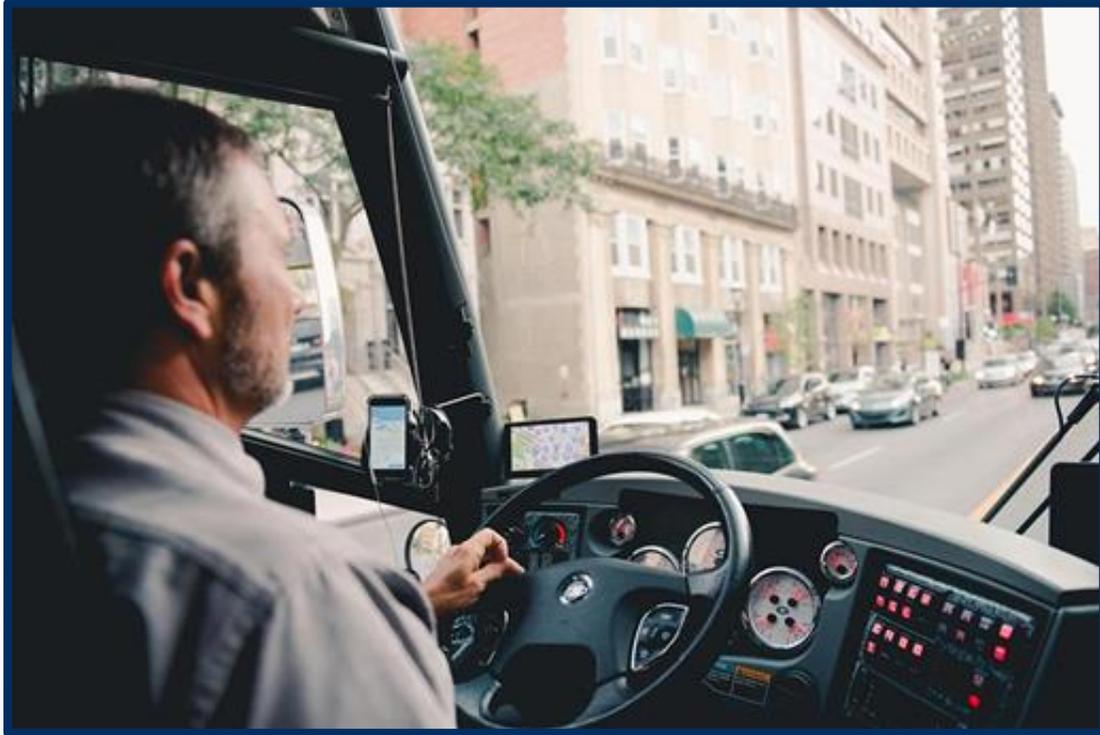
Stratégie > Gouvernance

Gestion de risque | Conformité | Standards

Matt Litwin

Stratège numérique principal

[bus.com](https://www.bus.com)



Développer des communautés florissantes avec Bus.com

bus.comTM

! Défis

- Une croissance rapide qui a résulté en besoin de collaboration accrue
- Un besoin de visibilité partagé sur les ventes à travers toute l'organisation, rapidement.
- Fournir non pas des services, mais une expérience de transport complète

💡 Solution

- Une solution de ventes qui classe et priorise les suivis, et augmente la transparence dans l'organisation
- Mesures de la performance à chaque point de l'expérience client; marketing, service, ventes
- Une application mobile qui permet de connecter l'entreprise à l'expérience de ses clients

✓ Résultats

- Une vue 360 du client, à chaque point de son expérience avec bus.com
- Des suivis priorités, effectués avec diligence.
- Un service et une expérience client améliorés
- Une base mise en place rapidement, sur laquelle grandir et bâtir

“Quand nos gens emploient la plateforme salesforce et ses outils, cela nous donne non seulement des données pour comprendre comment nous performons, mais également comment nous améliorer.”

Martin Provencher
Chef de la Technologie, Bus.com

Produits Salesforce



Ventes



Marketing



Engagement



Plateforme et
AppExchange



Merci!

Retrouvez-nous au kiosque 610

