



A-LA-UNE

Nicolas Leroy-Fleuriot, Cheops Technology : « Accepter que le CA baisse pour qu'il reparte à la hausse ! »

CAFE-DIGITAL

Peter Bell, Marketo : «

PRIORITÉ AU



A LA UNE

ARTICLES RÉCENTS

Nicolas Leroy-Fleuriot, Cheops Technology : « Accepter que le CA baisse pour qu'il reparte à la hausse ! »

Publicité



Participez à notre étude sur la relation client

Répondez !



20.07.2018 - A la une

Nicolas Leroy-Fleuriot, Cheops Technology : « Accepter que le CA baisse pour qu'il reparte à la hausse ! »

10.07.2018 - A la une



Par Pascal Boiron - Publié le vendredi, 20 juillet, 2018.

Ne l'appellez plus ESN (Entreprise de Services du Numérique) : dites plutôt « Cloud Services Provider ». Pourquoi ? Les réponses de Nicolas Leroy-Fleuriot, fondateur et Président de cette société.

- **Cheops Technology** passe cette année le cap des 100 M€ de chiffre d'affaires et a changé de modèle économique, mais les dernières annonces aident-elles les clients à changer eux aussi de modèle économique ?

Nicolas Leroy-Fleuriot : Pour beaucoup d'entreprises, l'enjeu est de développer l'usage du cloud sans abandonner du jour au lendemain leur parc matériel et logiciel, sans oublier toutes les compétences qui y sont liées. Une de nos réponses à ce challenge s'appelle



Myriam Nessali, La Poste Solutions Business : « Le marketing doit réinventer son apport aux ventes ! »



08.07.2018 - A la une
Myriam Akeniouine, Cofidis Retail : « Il n'y a pas à choisir entre le digital et l'humain : ils sont complémentaires »



22.06.2018 - A la une
Pierre-Antoine Thiebaut, Bouygues Telecom Entreprises : « Le sujet du Marketing BtoB n'est pas technologique ! »



08.06.2018 - A la une
Bruce Hoang, Orange : « Le creative technologist est l'évolution naturelle du marketeur »



29.05.2018 - A la une
Ghita Taoujni, France Télévisions : « l'analytique l'emporte sur la créativité »

ICOD 400. Concrètement, cela permet aux entreprises qui utilisent des mini-ordinateurs IBM AS/400 – environ 16 000 sont toujours en activité – de travailler en mode cloud sans avoir besoin d'informaticiens chevronnés. Dans les faits, cela décharge l'entreprise et sa DSI d'assurer la maintenance de ces systèmes en 22/24h et 7/7j. La même démarche nous a amené à lancer l'offre « HyperX », que l'on pourrait présenter comme une solution d'appliance as a service avec un paiement à l'usage, comme le permettent les plateformes AWS et Azure, que l'on pourrait surnommer « AMAZURE » (ndlr : AWS d'Amazon & Azure de Microsoft). Un troisième exemple est celui de « HyperWiFi » : il s'agit d'une offre construite avec les technologies d'Aruba qui permet aux entreprises de proposer le WiFi sans avoir à investir lourdement dans l'acquisition des équipements nécessaires.

- **Pour Cheops Technology, cela implique d'avoir un chiffre d'affaires en baisse et de pouvoir le supporter : est-ce le cas ?**

Nicolas Leroy-Fleuriot : Nous avons « changé » de modèle économique relativement tôt, en 2010. Il est vrai que pendant quatre ans, le chiffre d'affaires a baissé, mais à partir de 2014, il est reparti à la hausse et nous pensons que le changement de modèle économique est achevé pour nous, ce qui implique de beaucoup s'investir dans la gestion du changement en interne. Le cloud représente désormais plus de 30% de nos revenus, ce qui engendre d'importants bouleversements.

- **A l'origine, Cheops Technology était un « petit » prestataire informatique bordelais. Aujourd'hui, peut-on dire que c'est une ESN qui rayonne à l'échelle nationale, qui vise 150 M€ de CA et qui va s'implanter aux Etats-Unis ?**

Nicolas Leroy-Fleuriot : Non. Ce qui est vrai, c'est que nous sommes devenus un acteur national, sachant que nous avons 13 agences en France et que celle de Bordeaux ne génère qu'environ 12% du chiffre d'affaires*. Cela étant dit, le fait d'être implantés à Bordeaux, à deux heures de Paris, devient un atout important, car le territoire bénéficie d'une attractivité qui semblait hors de portée voici quelques années encore. En ce qui concerne l'objectif des 150 M€ de CA, nous ne sommes pas réellement pressés. Côté international, nous serons probablement présents dans la Silicon Valley à partir de 2019,



11.05.2018 - A la une

Renaud Ménéral, Mobile Marketing Association : « Automatiser implique de consacrer davantage de temps à la créativité ! »



26.04.2018 - A la une

Adrien Guerra, Bandai Namco Entertainment : « Posons-nous les bonnes questions plutôt que de nous noyer dans un océan de buzzwords ! »



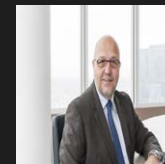
13.04.2018 - A la une

Reggie Bradford, Oracle : « Un accélérateur pour les startups, mais aussi pour Oracle ! »



29.03.2018 - A la une

Intelligence Artificielle : le rapport Villani épingle la France



14.03.2018 - A la une

Eric LENOIR, CEO d'Euler Hermes : « Le plus grand risque pour les entreprises face au digital, c'est de rater le virage du digital ! »



02.03.2018 - A la une

Sébastien Saffon, CDO du Groupe HBF : « si le CDO fait bien son travail, le shadow IT devient inutile ! »

mais il y a d'autres priorités. Parmi celles-ci, on peut parler de celle qui permet à Cheops Technology de se présenter comme un « Cloud Services Provider » et pas seulement comme une Entreprise de Services du Numérique (ndlr : ESN).

Propos recueillis par Pascal Boiron, Digital CMO

*Le nouveau siège de Cheops Technology sera inauguré le 4 octobre 2018 dans l'agglomération bordelaise.



26.02.2018 - A la une

Guy Mamou-Mani : « La transformation numérique ne doit pas être considérée comme une menace ! »



09.02.2018 - A la une

Marc PUYOULET, Directeur Général d'HUDSON : le digital pour un DAF Business Partner



05.02.2018 - A la une

eMarketer prévoit une baisse de Google et une forte augmentation de FB sur la publicité digitale en 2019



22.01.2018 - A la une

Stéphane Rebert, The Nest by Webhelp : « Nous avons créé l'incubateur de l'expérience client des startups ! »



18.01.2018 - A la une

Alexandre Arslan, Statista France : « Le Global Consumer Survey sera le plus grand projet d'étude depuis la création de Statista ! »



11.01.2018 - A la une

CES Las Vegas : la France toute belle

13.12.2017 - A la une

Olivier Nguyen, Salesforce