



Avis des fournisseurs Cloud Relation client : les DSI reprennent la main... Elisabeth de Longeaux, Eloquent (1)



Fini le temps où la relation client échappait à la DSI. Face au cloud, à l'IA et à l'explosion des données, les équipes IT reprennent les commandes pour concilier innovation rapide et maîtrise technique.

La transformation numérique ne laisse plus de place à l'improvisation. Dans le choix des solutions de relation client, un glissement s'opère depuis quelques années, et il devient aujourd'hui indéniable : les DSI ne sont plus de simples contributeurs techniques. Ils réinvestissent le processus de décision, avec un rôle central qui rebat les cartes des relations entre métiers, fournisseurs et gouvernance IT.

Cette reprise en main ne relève pas d'un effet de posture, mais d'un alignement logique avec les enjeux du moment. La relation client moderne s'appuie sur des infrastructures de plus en plus complexes : cloud, microservices, IA générative, omnicanalité, plateformes d'engagement interconnectées. Le pilotage de ces environnements exige une vision systémique, une capacité d'intégration fine et une expertise de plus en plus transverse. La DSI devient alors le point d'ancrage indispensable pour garantir cohérence, robustesse et évolutivité des outils.

Mais cette nouvelle centralité s'explique aussi par les risques croissants liés à la donnée. Gouvernance, sécurité, conformité réglementaire : chaque faille, chaque erreur d'architecture peut entraîner des conséquences lourdes, tant en matière de réputation que de sanctions. La DSI n'est pas là pour ralentir l'innovation : elle est le garant de sa viabilité. Elle sait anticiper les besoins d'industrialisation, poser les bons standards, éviter les silos techniques. Elle structure la transformation pour la rendre durable.

Ce contexte explique aussi l'accélération du basculement vers les solutions SaaS. Plus agiles, moins gourmandes en ressources de déploiement, alignées sur des modèles budgétaires flexibles, ces plateformes s'imposent dans la majorité des projets de relation client. Pour autant, ce choix ne va pas de soi. Il soulève des questions sur la dépendance au fournisseur, la localisation et la protection des données, la personnalisation des environnements ou la résilience des services. Là encore, le rôle de la DSI est déterminant : elle évalue la fiabilité des architectures, les capacités d'intégration, les garanties en matière de disponibilité et de sécurité, la compatibilité avec les standards internes. Elle est la vigie technique et stratégique qui permet d'avancer vite sans perdre le contrôle.



Cette nouvelle dynamique transforme aussi les relations internes. Les directions métier – marketing, relation client, support – doivent désormais s'inscrire dans un dialogue plus étroit, plus structuré, avec les équipes IT. Il ne s'agit plus de rédiger des cahiers des charges dans son coin, mais de construire ensemble une trajectoire technologique compatible avec les exigences fonctionnelles, les contraintes de sécurité et les réalités d'exploitation. Cette convergence évite les écueils classiques des projets mal préparés : solutions sous-dimensionnées, implémentations ralenties, doublons fonctionnels ou incompatibilités techniques.

Pour les éditeurs, le changement est tout aussi net. Ils ne peuvent plus se contenter de mettre en avant leurs interfaces séduisantes ou leurs cas d'usage métier. Ils doivent désormais répondre à des grilles d'analyse bien plus exigeantes : sécurité, interopérabilité, scalabilité, transparence, conformité. La relation avec les DSI ne se gagne plus sur des promesses marketing, mais sur la solidité de l'architecture et la fiabilité de l'accompagnement. La confiance technique est devenue un marqueur différenciant, autant que la pertinence fonctionnelle.

Nous sommes entrés dans une ère où la performance d'une solution de relation client ne se mesure plus seulement à l'expérience utilisateur qu'elle promet, mais à la qualité de son intégration, à sa résilience, à sa capacité à évoluer sans fragiliser l'ensemble du système d'information. Et c'est précisément à ce carrefour que se situent les DSI aujourd'hui. Non plus en observateurs techniques, mais en co-décideurs engagés.

Ce retour en force est une chance pour les entreprises. Il permet de concilier ambition métier et rigueur technologique. Il replace la relation client au cœur d'un système cohérent, évolutif, sécurisé. Car dans un environnement numérique sous pression, où tout s'accélère mais où la confiance reste un actif rare, ce sont les choix structurants – et ceux qui les portent – qui feront la différence.

Par Elisabeth de Longeaux, directrice marketing et communication d' [Eloquent](#), solution de centre de contact et de voix du client.

Fermer