

CRM Profitant d'un rachat, l'équipementier adopte une solution de gestion intégrée

Dometic centralise les données clients de ses 13 services commerciaux

Comment convaincre ses commerciaux de troquer leur gestion des clients sous Excel pour un outil qui mutualise les ressources et centralise les données ?

Spécialiste mondial de l'équipement de confort pour les véhicules de loisir, le transport routier et la plaisance, Dometic a été confronté à cette question lorsqu'il s'est agi d'imposer une nouvelle gestion de la relation client, après le rachat de Waeco en 2007. Jusqu'alors, le problème ne s'était pas posé de façon aussi cruciale, les forces de vente de Dometic étant organisées en divisions disposant chacune de sa propre clientèle. Mais Waeco et Dometic avaient des clients communs et le rapprochement a remis en cause cette organisation. « *Même si le besoin existait auparavant, c'est l'arrivée de Waeco qui a créé l'opportunité de remettre à plat nos pratiques*, explique Sophie Dixon, directrice générale de la société. *Le partage des données commerciales sur les clients était une nécessité pour fiabiliser et pérenniser notre gestion, avec à la clé une meilleure visibilité pour optimiser nos campagnes.* »

Équipé du progiciel de gestion intégré Dynamics AX de Microsoft, Dometic se tourne naturellement vers Dynamics CRM 4.0 pour mettre en œuvre cette nouvelle politique. En janvier 2009, le projet débute par une phase d'audit



Spécialiste de l'équipement pour véhicules de loisir, Dometic dispose maintenant d'une vue consolidée des achats réalisés par ses clients.

auprès de 45 personnes référentes. Objectif : identifier les besoins de chacun et, surtout, trouver des tronc communs (nomenclature, processus, etc.). « *Convaincre la soixantaine de commerciaux traînant des pieds parce qu'ils ne voyaient pas l'utilité de remettre en cause leurs habitudes de travail s'est avéré la phase la plus difficile du projet* », avoue Sophie Dixon. La majorité des commerciaux de Dometic travaillaient en effet sous Excel, avec une gestion des informations qui leur était spécifique. Un seul service avait centralisé la gestion de ses clients, en l'occurrence sous Act, de Sage. Et c'est bien entendu celui qui a franchi le pas avec le plus de facilité, la logique de processus communs et de partage des données étant déjà instaurée.

permis aux commerciaux de réaliser qu'il y avait des éléments positifs dans ce projet. Nous avons quand même enfoncé le clou en organisant de nombreuses sessions de formation. »

Une gestion unifiée intégrant les données du SAV

Dès le départ, Dometic a voulu intégrer à sa plate-forme les données stockées par le service après-vente (SAV), pour disposer d'une vision globale des informations liées à un client. La société utilisant un réseau de vente indirect, ces données étaient contenues dans des fichiers Excel externes. Elles ont été prises en compte dès le début du processus de réflexion sur l'élaboration des règles de gestion et de référentiels communs. Le module SAV n'a été développé qu'à partir de septembre 2009, lorsque démarrait le déploiement de l'application destinée aux commerciaux.

Fin 2010, le projet était opérationnel. Si la plupart des objectifs ont été atteints, Sophie Dixon regrette toutefois l'absence de connecter entre l'ERP et le CRM de Microsoft qui les oblige à saisir des informations, dont les ventes, dans les deux applications. Pour pallier cette lacune, la société a développé en interne un module d'importation des informations financières sur le client dans la plate-forme CRM. En attendant la sortie du connecteur annoncé par Microsoft. ■

MARIE VARANDAT

L'ENTREPRISE

Activité : fabricant d'équipements de confort pour le marché du transport et du loisir.

Siège : Suède.

Effectif : 5 800 personnes.

CA 2010 : 1 Md€.

LE PROJET

Solution déployée : mise en place de Microsoft Dynamics CRM 4.0.

Difficultés rencontrées : conduite du changement difficile et absence de connecteur entre l'ERP et le CRM de Microsoft, qui impose des ressaisies d'informations.

Coût : 190 000 € environ.

Une méthodologie efficace, basée sur un mode itératif

Cette première étape a duré environ six mois, au cours desquels le prestataire, Jalix, a consolidé les données de tous les services pour les injecter dans Dynamics CRM. Dans le même laps de temps, des règles de gestion et des référentiels communs ont été mis en place. Le prestataire a donc pu utiliser une méthode itérative, dont le rôle a été déterminant dans l'acceptation du projet. « *Les maquettes, mises à disposition très tôt, ont été très convaincantes*, estime Sophie Dixon. *Elles ont*