

Le besoin de mettre en place des solutions de « [Gestion de la Relation Client](#) » touche de plus en plus de PME/PMI qui souhaitent valoriser les données clients qu'elles ont/ou pourraient acquérir. L'erreur encore trop fréquemment commise, comme pour la « Conduite des projets » (cf. actualité d'Airbus), est de croire que l'on fait du CRM parce qu'un outil est en place.

Dossier

1- Etat des lieux

Les responsables de PME/PMI manifestent un intérêt croissant pour les Progiciels de Gestion Intégrée (GRC & e-procurement). Paradoxalement, en 2006 ils sont moins nombreux à s'équiper de nouveaux produits ! Leur besoin reste axé sur la gestion de la production à court terme et l'évolution des composantes de leur SI n'est pas liée au besoin de traiter les données clients (IDC 2006). Mis à part certains acteurs de l'économie (banques, véricistes, ...) qui possèdent des données en masse sur leurs clients à exploiter, peu de projets ont été lancés et remportés le succès économique escompté.

Aussi, nous nous sommes posé la question de savoir si la GRC/CRM était réservée aux Grands Comptes, ou encore à ceux qui ont suffisamment de données exploitables pour envisager générer des ROI conséquents.

Business Performance® défend pour sa part le concept d'une [GRC](#) construite sur des activités de Marketing des Services et non pas autour d'un outil idéal qui doit manipuler des données en masse.

2- GRC : Outil & Processus

Les freins au développement de la Relation Client sont puissants. Quelle viabilité possède la GRC si pour en faire, une PME/PMI doit investir quelques centaines de K€ dans un outil (ou via l'ASP) qu'elle n'utilisera qu'à quelques % de ses capacités et avoir peu (ou pas) de soutien externe pour repenser l'organisation de ses activités.

2 questions majeures émergent de nos expériences :

- L'entreprise a-t-elle besoin, en 1^{er} lieu, de progiciels complexes pour améliorer sa Relation Client ?
- A-t-elle conscience que l'amélioration du « Parcours Client » peut passer par divers axes d'évolutions de l'organisation, préalables aux outils ?

Notre approche par les « Processus & Services » offre des opportunités d'instaurer ou d'améliorer la GRC, de fiabiliser et de valoriser les investissements de nos clients.

Notre périmètre d'intervention

Maîtrise d'Œuvre des projets de GRC :

- Définition des « Contenus » & du « Pilotage » du projet.
- Conception des solutions organisationnelles & techniques cibles.
- Elaboration des modalités de la conduite du changement des acteurs dans l'entreprise.
- Sélection & Intégration des solutions techniques.
- Déploiement de l'organisation associée.
- Tests et réception des solutions.
- Accompagnement des personnels à la mise en œuvre.

Assistance à Maîtrise d'Ouvrage :

- Analyses stratégiques – Plan de développement – Evaluation d'impacts.
- Expertises initiales (cadrage - diagnostic – plan d'actions - ...).
- Spécifications des besoins de GRC.
- Conception de l'architecture globale cible (Organisationnelle & Technique).
- Aide au choix du panel des prestataires.
- Assistance à la sélection des solutions.
- Suivi du déroulement du projet – Interface MOA des prestataires.
- Conduite éventuelle de sous projets « Spécifiques » (processus – communication - RH/compétences) en cohérence avec l'objectif final.
- Suivi de l'intégration des solutions assurée par les prestataires
- Evaluation des solutions organisationnelles & techniques cibles proposées par les prestataires.
- Assistance à la réception des solutions.

Dossier

3- Valoriser vos informations

L'importance des « Zones » de contacts avec les clients caractérise les entreprises & collectivités et oriente les besoins en terme de GRC.

Sur le périmètre de l'accueil, des frontaux commerciaux, des services clients et de l'administration des ventes &/ou des clients, Business Performance® constate régulièrement :

- Que l'entreprise ne sait pas précisément quel bénéfice elle pourrait retirer d'une exploitation transverse de ses données clients.
- Qu'il est nécessaire de résoudre les aspects de « Partage » des données entre les métiers, via les processus, avant que d'intégrer une solution informatique.
- Enfin que le partage des données doit permettre d'améliorer la servuction (faire mieux & à moindre coût), ainsi qu'à développer de nouveaux services en phases avec les attentes des clients et générateurs de valeur.

Notre constat est qu'un progiciel, directement intégré à l'existant, sera soit inadapté au fonctionnement, soit rejeté parce qu'induisant des changements de comportements et de pratiques métiers non acceptés par les personnels.

Enfin, même la capacité des outils à être paramétrés ne satisfera pas les besoins d'évolutions de l'organisation de la structure.

4- Attentes des managers

Les responsables d'entreprises ou de collectivités se trouvent généralement face à des distributeurs de produits qui intègrent peu (pour cause de différence de métiers) ou pas leurs besoins d'organisation et de marketing des services.

Dans d'autres cas, plus rares pour les PME/PMI, de grands cabinets de conseil couvrent le champ complet des besoins, mais sont souvent associés à des distributeurs, perdant ainsi en impartialité.

Dans ce contexte difficile, l'entreprise requiert quant à elle une solution globale & intégrée ainsi qu'un accompagnement qui va au-delà de l'intégration.

1 journée de diagnostic « Offerte »

Business Performance® vous offre 1 **journée d'évaluation** pour tout projet d'analyse d'opportunité et de faisabilité d'implémentation de la GRC contracté avec votre entreprise **avant le 15 juillet 2006**.

Services & Tangibilité

Les entreprises, tout comme le consommateur, apprécient ce qui est « Tangible ».

Preuve en est la difficulté qu'éprouvent la plupart des réseaux de vente à commercialiser des « Services » non bundlés à des produits.

Les incompréhensions entre concepteurs de services et entités en charge de leur servuction (encore trop souvent techniques) sont flagrantes et obèrent les chances de maîtriser le Time To Market pourtant vital.

Pour se rassurer, depuis plus de 40 ans, nombre de sociétés approvisionnent des logiciels (cf. le domaine de la [Gestion de Projets](#)) et se voient ensuite obligées d'adapter leurs usages ou alors d'abandonner les produits acquis à grands renforts de budget.

Par ailleurs, notre enseignement supérieur forme peu ou mal nos futurs cadres aux logiques projets. Il minimise ou néglige les activités de spécifications des besoins, de réalisation des documentations utilisateurs, ...

Aujourd'hui, la GRC souffre d'un mal identique. Nous ne devons pas oublier qu'il est nécessaire de traiter « **Au Quoi – Pour qui – Pour quoi** » avant que de s'intéresser au « **Comment – Avec quoi** ».

Cette logique est celle que Business Performance® poursuit pour ses clients.



Dossier

5- Différenciation de Business Performance®

Pour traiter les projets qui lui sont confiés, Business Performance® poursuit une approche résolument « Globale & Systémique ».

Globale, parce que la solution doit être développée et déployée selon 3 axes :

- Les services → quels [services](#), à quelles fins, avec qui et comment ?
- L'organisation → la GRC impacte les métiers & les processus, au niveau des contenus, des usages, ... Conduire & Réussir le changement est un facteur clés majeur de succès de la GRC.
- Les outils (www.cxp.fr) → on doit spécifier des outils adaptés aux services et à l'organisation, pas le contraire.

Systémique, du fait même des thématiques à traiter et de leur imbrication :

- Les clients (dont on parle relativement peu en évoquant la GRC) auprès desquels on doit engager une communication active.
- Les hommes et leurs activités qui sont au cœur du dispositif à déployer.
- La technique (SI & Télécoms) dont la raison d'être est de « Supporter » les services. Sa maîtrise et son adéquation aux attentes des utilisateurs sont essentielles dans le processus d'acceptation des changements par les acteurs de l'entreprise.
- Enfin, les coûts, dont l'approche doit être corrélée à celle concernant les retours sur investissements qui orientent le dimensionnement des composantes futures de la GRC.

Business Performance® réalise ses projets selon la méthodologie [OPTIM©](#) (Inpi 2000), démarche simple, structurée, à base de bon sens et développée sur des principes de conduite rigoureuse des projets.

Les approches participatives, qui permettent d'inclure les futurs acteurs de la GRC dès sa conception, font également partie de nos pratiques.

Les projets de GRC nous impliquent donc dès leur définition, au cours de leur intégration mais également et en particulier dans le cadre de leur mise en œuvre. L'engagement est de fait : Total.

Enfin, notre indépendance vis-à-vis des éditeurs de solutions logicielles contribue à garantir les investissements de nos clients.

Vous pouvez rejoindre notre espace CRM au : www.business-performance.com/prestations_formations.htm
ou nous contacter ; info@business-performance.com - 06 82 66 61 75