

# La gestion de la relation client : une stratégie payante pour un service aux entreprises (SAE) efficace!



Formations  
sur mesure



Développement  
de formations  
numériques



Évaluation des  
compétences



Services-conseil  
gestion de projets



# Plan de présentation

## Mise en contexte

- Contexte d'un SAE
- Problématiques rencontrées
- Nos besoins initiaux

## CRM

- C'est quoi?
- Choix d'une solution (quoi considérer)

## Le CRM retenu...

- Étapes d'implantation
- Démonstration

## Post-mortem

- Phases à venir
- Résultats actuels et à venir
- Problèmes et défis rencontrés
- Recommandations





# Mise en contexte

## Problématiques rencontrées

- Embauche de nouvelles ressources
- Quantité astronomique d'information
- Données décentralisées
- Départs à la retraite
- Secteurs d'activités très nichés
- Gestionnaires ayant le même contact pour des projets différents
- Tableau de bord difficile à produire



# Mise en contexte

## Nos besoins initiaux

Centralisation de l'information

Amélioration du suivi client

Meilleure gestion des opportunités

Portrait des ventes actives / conclues / perdues

Avoir des tableaux de bord



# CRM

- **C'est quoi?**
  - Customer relationship management (CRM) ou Gestion de la Relation Client (GRC)





# CRM

| Nos besoins initiaux                        | CRM   |
|---|---|
| Centralisation de l'information             | <input checked="" type="checkbox"/>           |
| Meilleur suivi client                       | <input checked="" type="checkbox"/>           |
| Meilleure gestion des opportunités de vente | <input checked="" type="checkbox"/>           |
| Portrait des ventes actives et conclues     | <input checked="" type="checkbox"/>           |
| Avoir des tableaux de bords                 | <input checked="" type="checkbox"/>           |
|   | Attirer de nouveaux clients                   |
|   | Mieux satisfaire et fidéliser votre clientèle |
|   | Processus standardisés et optimisés           |
|   | Collaboration département / collègue          |
|   | Automatiser la force de vente                 |

• • •



- **Choix d'une solution (quoi considérer)**

## Choix d'un CRM

Personnalisable

Autonomie

Interface d'utilisation

Coût

Plateforme supportée

Support technique

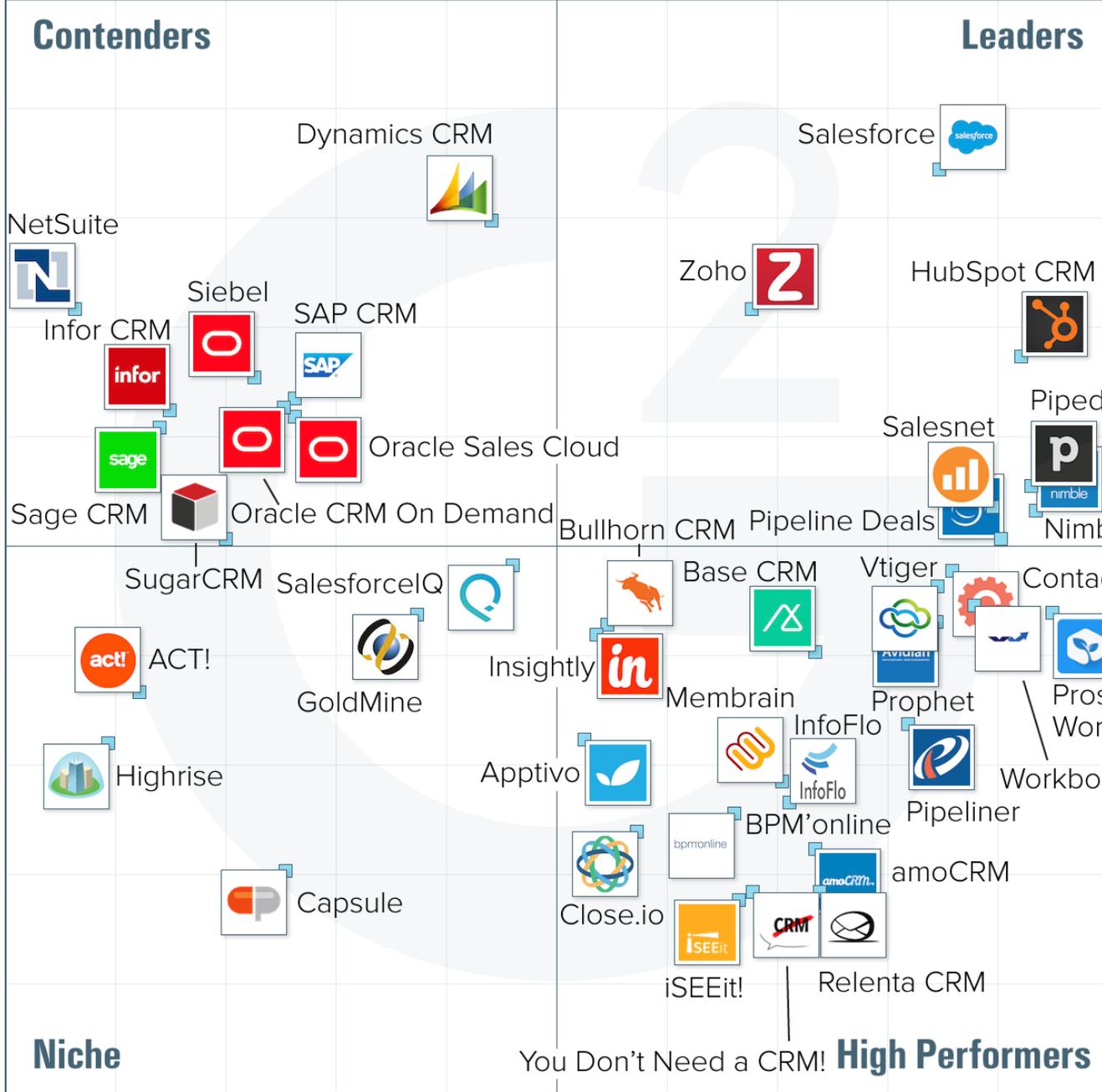
Modules d'extension / intégration



# Contenders

# Leaders

Market Presence



Satisfaction



# CRM : Choix d'une solution

| Choix d'un CRM                    | PipeDrive   |
|-----------------------------------|---|
| Personnalisable                   | Oui, module d'administration complet  |
| Autonomie                         | Module d'administration<br>Exporter facilement les données                        |
| Interface d'utilisation           | Facile et intuitive   |
| Coût                              | Mensuel par utilisateur   |
| Plateforme supportée              | Web et mobile   |
| Support technique                 | Bilingue (supporte plusieurs langues)   |
| Modules d'extension / intégration | Plus de 100 intégrations possibles, comme<br>MailChimp / Suite Office / Gmail ... |

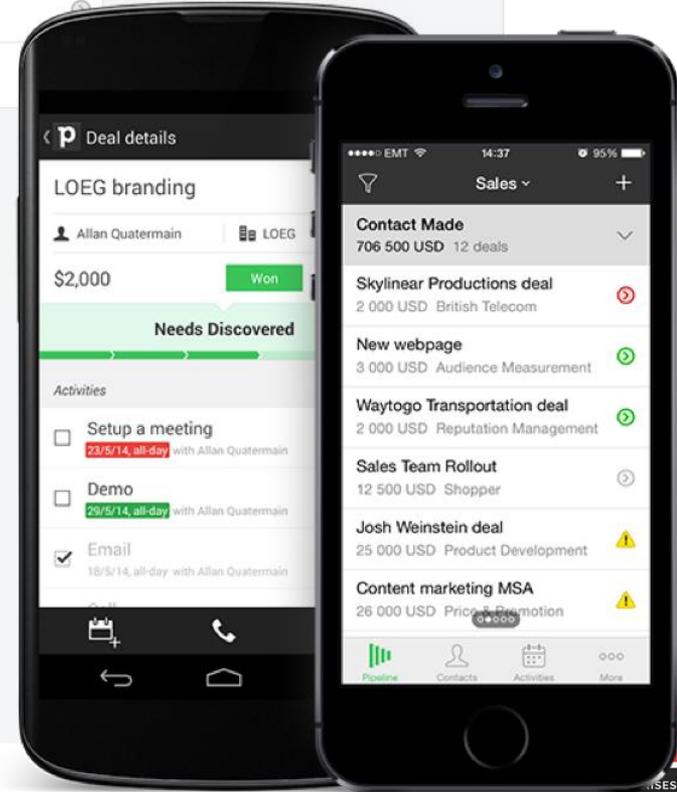


# CRM : PipeDrive

pipedrive 
Deals Mail Activities Contacts Statistics
Jess Stanley Three Bears Digital Agency

Add deal
Today
Pipeline Everyone

| October   | November  | December 2015                                      | January 2016                                      |
|---|---|--|---|
| \$120,000<br>+ \$39,500<br>\$159,500                              | \$96,000<br>+ \$6,000<br>\$102,000                                | \$79,000<br>+ \$0<br>\$79,000                      | \$16,000<br>+ \$0<br>\$16,000                     |
| New product site<br>\$35,000 SellAnything.com                     | Marketing workshop<br>\$10,000 SellAnything.com                   | New logotype<br>\$6,000 ITV8                       | Homepage redesign<br>\$16,000 Sky High Travels Co |
| Android app<br>\$9,000 Games Central Unltd                        | iOS app<br>\$10,000 Games Central Unltd                           | Rebranding<br>\$20,000 Ministry of Education       | Social media strategy<br>\$0 DermaWell Clinic     |
| Facebook ad campaign<br>\$6,000 Mayan Designs                     | Newsletter templates<br>\$5,000 FMCG Bread Co.                    | Newsletter management<br>\$12,000 BeautyBooth      |   |
| Campaign site<br>\$7,500 FMCG Bread Co.                           | Mobile app<br>\$50,000 GHX Trading Ltd                            | Facebook Ads campaign<br>\$9,000 ECT               |   |
| New CVI and logotype<br>\$10,000 Smart Language Ltd               | Mobile app<br>\$16,000 BeautyBooth                                | Chinese website<br>\$32,000 Perfumes Luxe and Lush |   |
| Consultation<br>\$2,500 Lambert e-commerce                        | SEO keyword research<br>\$5,000 Brockley and Sons                 |  |   |
| Landing page<br>\$5,000 Mayan Designs                             | Subscription campaign banners<br>\$6,000 DailyHeat.com <b>WON</b> |  |   |
| Promo video<br>\$14,000 Riverdale Athletics                       |   |  |   |
| Adwords campaign<br>\$11,000 RaiseDaRoof Media                    |   |  |   |
| Homepage revamp<br>\$15,000 Happy Childhood Publishing            |   |  |   |
| Digital trends workshop<br>\$5,000 BeautyBooth                    |   |  |   |
| Graphics animation reel<br>\$20,000 Entertainment Four <b>WON</b> |   |  |   |
| Facebook campaign<br>\$7,500 Cookie Corp <b>WON</b>               |   |  |   |
| New corporate site<br>\$12,000 Seven Dandelions Co. <b>WON</b>    |   |  |   |





# Étape d'implantation

**EN ACTION !**



- Recueillir les données
- Traiter les données
- Importer les données
- Élaborer les différentes phases (processus)
- Exécuter des phases de tests
- Former les utilisateur et finaliser l'adaptation



# Démonstration

**pipe drive™**

# POST MORTEM



# Au début...





# En fin de compte...





# On apprivoise la bête





# On développe la relation





# Post-mortem

## Résultats actuels et à venir





# Post-mortem

## Résultats actuels et à venir

- Connaître son client
- Assurer un meilleur suivi de dossiers
- Éviter la perte de mémoire d'entreprise
- Encourager les efforts de ventes
- Mettre à profit l'information cumulée



# Post-mortem

## Problèmes et défis rencontrés



Mobilisation de l'équipe



Intégration dans son quotidien



Adhésion de la direction



## Recommandations

- ✓ Choisir la simplicité
- ✓ Cerner l'orientation et les objectifs
- ✓ Faire comprendre l'importance et l'utilité d'un CRM
- ✓ Identifier les personnes ressources



## Recommandations

- ✓ Accorder de l'importance à la préparation de l'implantation
- ✓ Communiquer les étapes d'implantation
- ✓ Concevoir un guide d'utilisation
- ✓ Allouer un temps d'optimisation et d'appropriation
- ✓ Veiller aux bonnes pratiques d'utilisation



# Période de questions





# La belle et la bête...

**Vicky Côté**

**vcote@lesae.ca ♦ 1-855-221-3315 poste 6198**

**Francis Jutras**

**fjutras@lesae.ca ♦ 1-855-221-3315 poste 6193**

**Communiquez avec nous pour :**

- Recevoir la présentation
- Questions supplémentaires
- Accompagnement dans votre démarche
- Acteurs pour votre prochain film...