



## ➤ Selligent met toute sa science au service d'Analis

Santé / Pharma

Avec près de 80 ans d'expérience au service de ses clients, Analis est l'une des premières sociétés belges sur le marché de l'appareil scientifique de laboratoire. Elle propose une large gamme d'appareils et représente plus d'une centaine de fabricants. Une telle gamme permet de répondre aux exigences les plus pointues des laboratoires. Mais la force d'Analis réside aussi dans le service qu'elle offre à ses clients, en les conseillant dans le choix du meilleur appareil, en les formant, en les informant régulièrement par le biais de publications ciblées, et en assurant un service technique efficace et rapide qui tient compte du degré d'urgence de l'intervention. Il y a quelques années encore, la force de vente de l'entreprise ne disposait d'aucun outil spécifique pour gérer son activité et le manque de visibilité sur l'information client entravait l'efficacité des commerciaux et nuisait à la qualité des relations client. Une situation qui appartient désormais au passé.

### ➤ Besoin de transparence

Jusqu'en 2004, il n'y avait pas d'outil dédié à la gestion commerciale chez Analis. Dominique Durnez, Customer Administration Manager et responsable du projet de CRM, se souvient : « À l'époque, l'information client était centralisée dans notre système d'ERP, ce qui posait de nombreux problèmes. Par exemple, les centres d'intérêts qui servent de base à la qualification de nos clients étaient codifiés dans l'ERP et très difficilement accessibles ; nos commerciaux manquaient de visibilité sur leur clientèle. Autre inconvénient majeur : les rapports d'activité des commerciaux étaient transmis par e-mail ou sous format papier, avant d'être encodés dans l'ERP. Ce qui entraînait non seulement un délai dans la mise à disposition de l'information, mais aussi des erreurs de transcription ou d'interprétation. »

En outre, ce mode de fonctionnement produisait beaucoup d'échanges de documents papier et de listes en tous genres et entravait la collaboration entre les deux divisions commerciales de l'entreprise, Clinique et Analytique. Sans oublier l'absence d'un agenda commun accessible par tous, ce qui ne facilitait pas la coordination au sein des équipes.

La simplification de la gestion des profils clients a déjà permis d'améliorer le niveau de qualification de notre clientèle de l'ordre de 20%.



Dominique Durnez | Customer Administration Manager

## ➤ Synchronisation quotidienne avec l'ERP

Tant la direction d'Analis que les commerciaux étaient conscients de la nécessité d'optimiser le processus commercial. L'entreprise décide donc de doter sa force de vente d'un outil spécifique, accessible à partir d'une connexion internet. Analis fait appel à un consultant externe pour l'aider dans sa recherche de la solution idéale, et une vingtaine de sociétés sont sollicitées sur la base d'un cahier des charges technique et fonctionnel. « Nous avons également mis sur pied un groupe d'évaluation afin d'impliquer les futurs utilisateurs dans le choix de la solution », précise Dominique Durnez.

Selligent l'emportera finalement, face à deux géants américains, notamment parce qu'il couvrait tous les besoins exprimés tout en promettant à la fois une grande flexibilité de paramétrage sans nécessiter l'intervention de spécialistes informatiques et une mise en œuvre rapide. Six mois suffiront en effet pour mener à bien l'implémentation du projet, la formation des utilisateurs et la synchronisation avec l'ERP.

## ➤ Des données de qualité disponibles en temps réel

Depuis la mise en place de la solution, les commerciaux saisissent directement leurs rapports de visite dans l'application, ce qui évite les erreurs de transcription tout en assurant la disponibilité de l'information en temps réel pour toutes les personnes concernées. Etant eux-mêmes acteurs de la gestion de la base de données, ils sont plus sensibles à l'importance de la qualité des données, qui ne cesse d'augmenter.



De plus, la gestion des centres d'intérêt du client est bien plus facile. « Cette simplification a déjà permis d'améliorer le niveau de qualification de notre clientèle de l'ordre de 20% », constate Dominique Durnez. « Nous travaillons en ce moment à la mise en place d'une plateforme Internet qui permettra à nos clients de gérer eux-mêmes leur profil. » Avec Selligent, Analis est désormais en mesure de mieux segmenter sa clientèle et cibler sa communication. Les activités de marketing se sont d'ailleurs intensifiées. Et grâce à la synchronisation ERP, les commerciaux disposent d'une vue à 360° sur leurs clients : offres, commandes, parc machine installé, demandes d'intervention du service technique, etc.



## ➤ Un meilleur suivi des opportunités

La mise en place du CRM offre par ailleurs une visibilité sur tout le processus commercial. En effet, comme l'indique Paul van der Aa, Directeur Général d'Analis, « auparavant, l'information n'était saisie dans l'ERP qu'au moment de l'offre. Désormais, l'entreprise bénéficie d'une traçabilité dès la détection de l'opportunité. Lorsque l'on sait qu'il peut parfois s'écouler un à deux ans entre ces deux étapes, on comprend combien il est important que tous les contacts préalables à l'offre soient documentés. Le CRM nous permet de suivre notre portefeuille de clients, de savoir quel est le potentiel d'affaires pour les mois à venir, d'établir des prévisions de vente, de savoir pourquoi l'on gagne ou l'on perd une affaire,... Et de réagir rapidement lorsque nous détectons un fléchissement. » Le marketing peut ainsi mettre sur pied une campagne ciblée visant à générer des opportunités dans un domaine particulier. En outre, lorsqu'une nouvelle opportunité est détectée, le commercial est tenu de préciser la source de cette opportunité. « Cela nous permet d'adapter notre plan de communication en conséquence et d'analyser la productivité des différents moyens de communication », ajoute-t-il.

## ➤ Des contacts plus professionnels

En mettant toute l'information client à la disposition de chacun, Analis a pu améliorer la collaboration de ses équipes commerciales. Plus besoin d'échanger des tas de documents et de courriers électroniques avec toutes les personnes susceptibles d'entrer en contact avec un client : tout est là, à portée de main.

Chaque commercial a accès à l'agenda de ses collègues, ce qui facilite la coordination des activités et évite notamment à deux personnes de passer chez un même client à quelques jours d'intervalle. Selon Paul van der Aa, « lorsqu'il se rend chez un client, le commercial est désormais mieux informé et, par conséquent, plus efficace et plus professionnel. »



**Le CRM nous permet de suivre notre portefeuille de clients, d'établir des prévisions de vente pour les mois à venir, de savoir pourquoi l'on gagne ou l'on perd une affaire,... Et de réagir rapidement lorsque nous détectons un fléchissement.**



Paul van der Aa | Directeur Général



## ➤ Adopté !

Pour assurer l'utilisation optimale du système, Dominique Durnez s'est énormément investie dans la formation et l'assistance aux utilisateurs. Elle a aussi eu à lever quelques réticences de la part des utilisateurs qui craignaient un contrôle accru sur leur emploi du temps et une augmentation de la charge administrative. En la matière, elle prône le réalisme : « pour que le système soit efficace, il faut que chacun y saisisse l'information dont il dispose, et cela prend du temps. Mais les bénéfices qu'ils en retirent sont à la mesure des efforts qu'ils consentent, et ils comprennent aujourd'hui tout l'intérêt de l'approche. »

65 personnes utilisent le système au quotidien. Mais le CRM doit vivre et évoluer, et il faut continuer à 'vendre' la solution. C'est la raison pour laquelle, aujourd'hui encore, Dominique Durnez communique régulièrement aux utilisateurs des trucs et astuces susceptibles de leur faciliter la tâche.

Quant à l'aspect de contrôle, les commerciaux consignent auparavant leur emploi du temps sur leurs notes de frais. Aujourd'hui, tout est dans leur agenda, et les notes de frais sont également gérées dans le système. L'entreprise a récemment mis en place des analyses de l'activité de ses commerciaux, « non pas à des fins de contrôle, mais pour les aider à optimiser leur temps par rapport à leurs objectifs de vente », précise Paul van der Aa.



### ➤ Encore de nombreux projets

Analis vient de se lancer dans la migration vers la nouvelle version Selligent, qui devrait offrir une synchronisation bidirectionnelle complète entre l'agenda Selligent, Microsoft Outlook et le PDA. Par ailleurs, le nouveau module de gestion documentaire de Selligent permettra à Analis de structurer tous les échanges de documents, de notes et d'e-mails avec ses clients. L'intégration CTI fait également partie des perspectives d'évolution de la solution. « Il y a une vingtaine d'années,

un commercial disposait d'une fiche client sur laquelle il notait les informations importantes. Cette fiche lui donnait une visibilité immédiate sur son client. L'avènement de l'outil informatique nous a fait perdre du terrain par rapport à cette situation. Ceci dit, il s'agissait d'une vue individuelle et, à l'heure actuelle, si nous voulons être efficaces, nous devons travailler en équipe. Le CRM nous permet de revenir à cette vue synthétique du client mais, cette fois, partagée par tous », conclut Paul van der Aa.

### ➤ À propos de Selligent

Leader européen du marketing interactif et de la gestion de la relation client, Selligent édite depuis 1990 des solutions opérationnelles, collaboratives et analytiques qui soutiennent et dynamisent l'organisation, l'action et les dialogues interactifs des équipes en contact direct avec les clients, prospects et relations d'affaires. Ces solutions permettent aux départements marketing, vente, service et conseil de développer des relations résolument interactives, performantes et durables avec l'ensemble de leurs interlocuteurs et écosystèmes. Selligent propose une démarche unique qui allie agilité, pragmatisme et implication et garantit à ses clients un retour sur investissement rapide et significatif.

Retrouvez tous nos témoignages clients sur [www.selligent.com/success](http://www.selligent.com/success)

www.selligent.com

