



➤ Hansen Transmissions a le vent en poupe avec Selligent

Industrie

Hansen Transmissions est l'un des plus importants fournisseurs de trains d'engrenages au monde. Depuis quelques années, l'entreprise joue également un rôle important dans l'équipement d'éoliennes. Elle dispose par ailleurs d'un réseau mondial de filiales et de centres de vente et de service. Compte tenu de l'internationalisation accrue de ses activités, l'entreprise devait se donner les moyens d'établir une cartographie précise de sa clientèle mondiale afin de pouvoir travailler de façon plus structurée et plus efficace.

➤ Centraliser l'information

Bien que l'énergie éolienne représente environ 80% du chiffre d'affaires de Hansen Transmissions, la majorité des clients de l'entreprise appartient à la division « industrie ». « Il existe peu de constructeurs d'éoliennes dans le monde ; nous avons cinq clients qui détiennent environ 75% du marché », indique Gerrit De Wilde, Directeur Marketing de Hansen Transmissions. « Mais en ce qui concerne nos trains d'engrenages industriels, nous comptons un bon millier de clients, et la situation est totalement différente. Auparavant, chacune des équipes commerciales de notre entreprise disposait de son propre fichier de clients, avec lesquels elle entretenait une communication indépendante ; il n'existait aucun système centralisé. Mais avec l'internationalisation croissante de nos activités, le besoin d'une visibilité globale sur notre clientèle se faisait de plus en plus sentir. Sans cela, nous risquions de nous retrouver dans une situation relativement malsaine, où nos clients internationaux auraient pu adresser leurs demandes d'offre à plusieurs de nos filiales et faire jouer la concurrence entre elles ! »



Avec Selligent, nous sommes beaucoup plus efficaces et nous pouvons nous focaliser davantage sur nos clients. En fin de compte, c'est bien là l'objectif d'un tel projet !

Gerrit De Wilde | Marketing Manager

➤ Visibilité globale

L'entreprise recherchait également une solution capable de donner en un clin d'œil un aperçu de tout ce qui avait trait au client : « Nous voulions savoir quels étaient leurs problèmes et ce que nous avions déjà fait pour eux, et disposer d'un historique complet de la relation de façon à ce que nos équipes soient mieux préparées lorsqu'elles leur rendaient visite », explique Gerrit De Wilde. « Nous voulions également connaître l'importance que représente notre entreprise pour un client en particulier, le nombre d'offres établies pour ce client et le résultat de ces offres en termes de réalisation. Et puis, nous étions également curieux de voir quels étaient les secteurs industriels les plus rentables. En bref, nous voulions pouvoir collecter automatiquement toutes ces informations de manière plus structurée et les mettre à disposition de toutes les personnes qui en avaient l'utilité. »

Certains centres de vente de Hansen Transmissions, notamment ceux situés en Afrique du Sud, en Scandinavie et aux Etats-Unis, utilisaient déjà une solution de CRM. Mais le groupe était conscient de la nécessité de centraliser toutes ces données, comme le confirme Gerrit De Wilde : « sans visibilité globale, on avance dans le brouillard. Et c'était impensable ! ». C'est ainsi que démarre, début 2006, un projet destiné à remédier à cette situation.

➤ Une première analyse détaillée

Hansen Transmissions ne se met toutefois pas directement à la recherche d'un outil. Comme l'indique Gerrit De Wilde : « Nous avons d'abord défini l'étendue du projet. Ensuite, nous avons consulté nos commerciaux, tant au siège central que dans notre réseau international, examiné le type d'information dont nous avons besoin pour pouvoir répondre à toutes les questions, et établi la liste des compétences informatiques de notre personnel ainsi que de leurs besoins. Le résultat : un manuel d'une centaine de pages, dont nous avons finalement dérivé un document rédigé collégialement avec nos équipes informatique, commerciale et marketing, ainsi que des consultants externes. Nous nous sommes rendus dans nos filiales pour voir comment fonctionnaient les systèmes de CRM en place, nous avons rencontré d'autres entreprises qui nous ont expliqué comment elles avaient résolu cette problématique, et nous avons enfin opéré une sélection de fournisseurs. Chacun d'entre eux nous a présenté une démonstration au terme de laquelle nous avons complété, en toute objectivité, une matrice d'évaluation de la solution. La question de l'intégration avec notre système d'ERP, Baan, a également été clairement posée. Sur les trois fournisseurs sélectionnés, c'est finalement Selligent qui s'est imposé. »



De Wilde s'empresse d'ajouter que les origines belges de Selligent n'ont joué aucun rôle dans la décision : « En fin de compte, les possibilités offertes par les trois candidats en lice étaient similaires, mais Selligent nous proposait une solution générique qui avait déjà fait ses preuves. Nous avons également beaucoup apprécié l'objectivité des visites organisées pour nous chez les clients de Selligent, où tant les aspects négatifs que les aspects positifs ont été abordés. En outre, c'était la seule solution qui correspondait à notre propre manière de travailler en termes de gestion de projet, et ils étaient également les seuls à avoir une véritable expérience de l'intégration avec Baan. Le développement de l'interface entre Selligent et Baan a d'ailleurs été beaucoup plus rapide que prévu. »

« **Selligent était la seule solution qui correspondait à notre propre manière de travailler en termes de gestion de projet.** »



Gerrit De Wilde | Marketing Manager

➤ **Testé en profondeur**

En février 2006, Hansen Transmissions se lance dans un projet pilote qui durera quatre mois. « Même si nous n'avions pas l'intention d'utiliser à court terme toute l'étendue fonctionnelle de Selligent, notre groupe pilote – constitué d'une dizaine de personnes de tout le Benelux – a testé en profondeur l'ensemble de l'application », affirme Gerrit De Wilde. « Au cours de cette phase pilote, tous les problèmes susceptibles de se produire, où que ce soit dans le monde, ont été simulés. Le déploiement en tant que tel a démarré pendant l'été 2006 et se poursuit actuellement à raison d'environ un pays par mois. D'ici la fin de notre année fiscale, en mars 2008, toute notre organisation devrait être opérationnelle – mais, bien entendu, la solution continuera à évoluer. »

➤ **De l'importance de la communication**

Hansen Transmissions n'a fait appel à des consultants externes que pour la mise en œuvre initiale. Pour tout le reste du projet, elle n'a compté que sur ses propres forces. « Le plus difficile était d'obtenir l'adhésion de tous », reconnaît Gerrit De Wilde. « En particulier des commerciaux : nous avons dû leur montrer clairement et précisément ce que nous allions faire et les rassurer sur le fait que l'application n'avait pas pour objectif de les contrôler mais, au contraire, de leur faciliter la vie. Nous avons réalisé des démonstrations et nous leur avons demandé de formuler leurs remarques de façon constructive. Nous savions que nous allions rencontrer une résistance chez certains d'entre eux ; nous avons donc accordé beaucoup d'importance au projet pilote et à l'événement de lancement, et passé en revue ensemble de nombreux points pratiques. La formation était un autre élément essentiel ; nous avons même rédigé un programme de formation sur mesure pour nos utilisateurs. »

Et ils étaient également les **seuls** à avoir une véritable expérience de l'intégration avec Baan. Le développement de l'interface entre Selligent et Baan a d'ailleurs été **beaucoup plus rapide que prévu.**

La solution mise en place répond totalement aux attentes de Gerrit De Wilde. Selon lui, le principal avantage est qu'elle donne une visibilité totale sur toutes les régions. « Aujourd'hui, l'ensemble des activités de vente et d'avant-vente passe par Selligent, y compris le suivi des clients existants, avec des liens vers les offres, les opportunités, etc. Nous pouvons désormais rassembler toute l'information de manière structurée et homogène. Cette information est ensuite utilisée lors des réunions commerciales, pour préparer les contacts avec nos clients, ou encore pour assurer le suivi en l'absence du gestionnaire d'un dossier. Nous pouvons aussi obtenir automatiquement des données chiffrées sur notre chiffre d'affaires, nos commandes, nos livraisons – ce qui nous épargne pas mal de travail redondant. Quant à l'intégration avec Outlook et Exchange, elle réduit les doubles saisies. De plus, nous pouvons directement sortir des rapports d'activité via CrystalReports. »



➤ Efficacité accrue

Selon Gerrit De Wilde, la sécurité est un autre point fort de la solution. Cette fonctionnalité est présente en standard dans Selligent, au contraire d'autres logiciels où le paramétrage de la sécurité est beaucoup plus compliqué. En revanche, il lui est assez difficile de se prononcer sur un éventuel retour sur investissement : « ce n'est pas vraiment mesurable », dit-il. « Ceci dit, nous constatons effectivement un accroissement de l'efficacité de nos équipes. Notre direction commerciale est très enthousiaste, de même que notre direction générale qui nous a toujours pleinement soutenus dans ce projet. Elle a rapidement pris conscience que Selligent allait permettre à Hansen Transmissions de se focaliser

sur ses clients. Car, en fin de compte, c'est bien là l'objectif d'un tel projet ! »

En ce moment, Selligent n'est utilisé que dans la division industrielle de Hansen Transmissions, mais Gerrit De Wilde souhaite évaluer la possibilité de travailler de manière intégrée avec le département des services. Et pourquoi pas, dans une phase ultérieure, intégrer l'activité « éolienne » au projet ? « Il est vrai que les besoins dans ce domaine sont très différents mais, maintenant que nous maîtrisons la méthodologie, l'adaptation de la solution à ces besoins ne devrait poser aucun problème », conclut-il.

➤ 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