

## Sommaire

Edito  
Success Story  
Parole d'Expert  
Actualité Solutions  
Actualité Produits  
Agenda

### EDITO

Par Joseph Kort  
Président du Directoire



### DOMPTER L'INNOVATION !

L'innovation est à nouveau au cœur des préoccupations stratégiques des entreprises. Les marchés se saturent, les cycles de vie des produits s'accroissent, les comportements des clients évoluent et les technologies internet se généralisent modifiant en profondeur les modes de communication et les systèmes d'information.

Ce retour en grâce de l'innovation n'épargne personne : la création de valeur et la différenciation font partie intégrante des nouveaux enjeux stratégiques des entreprises. L'élaboration d'un nouveau concept solution ou produit à fort potentiel économique s'accompagne d'un business model performant influence l'entreprise toute entière. Par rebond, elle diffuse une culture de l'innovation, dopant l'organisation interne et améliorant sensiblement la qualité des modes d'interactions clients ; les collaborateurs sont alors plus sensibles et plus réceptifs aux clients, au marché et à son écosystème. Au-delà des conséquences de croissance, les bénéfices sont multiples et impactent aussi bien le périmètre de l'offre, la qualité de service, les niveaux de compétence et d'expertise que l'évolution des process.

Dans le domaine de la relation client, les innovations technologiques des entreprises ont modifié les comportements des clients, poussant l'entreprise à faire évoluer sa démarche d'orientation client. Activeo est au cœur de cette dynamique de changement et fait bénéficier ses clients des meilleures pratiques pour accompagner l'évolution de leur organisation, de leur offre et de leur compétence.



**Customer Relation Architects**  
Tél.: +33 1 47 86 17 17  
Fax: +33 1 47 86 07 01  
Email : [info@activeo.fr](mailto:info@activeo.fr)  
Web : <http://www.activeo.fr>

### SUCCESS STORY

#### CMA ET METROLEC CONSTRUISENT LEURS PROPOSITIONS COMMERCIALES AUTOUR DE LA RELATION CLIENT AVEC ACTIVEO ET MICROSOFT DYNAMICS CRM

Pour faciliter le travail de leur force de vente, Metrolec et CMA deux sociétés prestataires de systèmes de mesure capitalisent sur la solution Microsoft Dynamics CRM. L'objectif est triple : gagner du temps lors de l'envoi de devis, obtenir une traçabilité des processus commerciaux et homogénéiser la méthodologie des ventes dans toutes les agences.

«Microsoft CRM s'intègre parfaitement avec Microsoft Outlook pour envoyer et gérer les e-mails, enregistrer les contacts professionnels et organiser les agendas des commerciaux sans avoir à changer d'application. Un atout majeur pour s'approprier facilement ce nouvel outil» précise Paul Merle, PDG de CMA.



«Pendant des années, nos commerciaux ont utilisé un gestionnaire de contacts pour planifier leurs rendez-vous. Mais aujourd'hui, cet outil est dépassé. Notre force de vente a besoin d'accéder à une base de tarifs pour réaliser les devis, mais aussi d'accéder à l'historique de tous les messages envoyés aux clients afin de mieux répondre à leurs attentes. Il devenait donc impératif de nous équiper d'une solution plus performante et plus puissante, sans pour autant changer les habitudes de travail», résume Paul Merle, PDG de CMA et gérant de Metrolec. Pour cette PME d'une cinquantaine de collaborateurs, spécialisée dans l'ingénierie et les systèmes de contrôles en 3 dimensions (3D), il s'agit de rester compétitive et réactive vis à vis de ses clients. En ligne de mire : la volonté de mettre en place une stratégie de la relation client pour faciliter le travail de la force commerciale et trouver un nouveau relais de croissance pour les deux entités. Fin 2005, la direction réalise un cahier des charges destiné à l'intégration d'une solution de gestion de la relation client (CRM). L'objectif est d'obtenir une vision globale sur les clients et d'automatiser les processus du cycle de ventes. «Nous avons retenu le partenaire Activeo pour ses compétences en CRM et en particulier sur Microsoft Dynamics CRM. Il répondait à nos attentes et à notre budget», précise Paul Merle.

#### Du mode manuel...à l'automatisation de processus

Pour Activeo, la première étape du projet consiste à fédérer les différentes bases de données en un seul référentiel dans Microsoft CRM. L'idée séduit la force de vente et trois mois après, Microsoft Dynamics CRM 3.0 est déployé sur une vingtaine de postes clients. Sur le terrain, les commerciaux établissent simplement un devis en enregistrant le nom du prospect dans la base client ; Microsoft CRM génère ensuite automatiquement un numéro de devis. Ensuite, pour élaborer le devis, le commercial cherche la référence de l'article. À chaque référence est associée la fiche technique et le tarif de l'article.

#### Étendre le CRM au reste de l'entreprise

Pour Paul Merle, «la solution Microsoft Dynamics CRM permet de dégager du temps pour les commerciaux.» Mais elle permet aussi d'aller plus loin. «En effet, lors de l'envoi d'un devis par e-mail, nous disposons désormais de la traçabilité de tous les e-mails envoyés au client avec des règles pour effectuer des relances régulières.

Difficile de parler de CRM sans évoquer le bouleversement des habitudes de travail des commerciaux et de leur comportement. «Le fait de ne pas modifier l'environnement de travail des commerciaux a été déterminant pour l'adoption du projet même si, au début, la solution impose une certaine rigueur», constate Paul Merle. Et de conclure : «Avec Activeo et Microsoft Dynamics CRM, nous avons trouvé une solution qui est dans notre budget et qui ne représente pas une contrainte pour notre force de vente».

➔ pour en savoir plus : [info@activeo.fr](mailto:info@activeo.fr)

### PAROLE D'EXPERT

#### "BEST SERVICE IS NO SERVICE" OU LES ENJEUX D'UNE DÉMARCHE D'AMÉLIORATION CONTINUE par Philippe Baldin – Directeur Business Solutions Consulting

De nos jours, les missions de centres de contacts sont diverses : informer les clients, répondre à leurs interrogations, enregistrer leurs commandes, traiter leurs réclamations ... Le centre de contacts clients est de plus en plus au cœur de la Relation Clients-Entreprises. Mieux servir ses clients pour mieux les satisfaire : tel est l'objectif recherché, normalement, par toute entreprise.

Le centre de contacts clients s'est donc fort logiquement au cours des dernières années réorganisé. Les processus de traitement des contacts se sont professionnalisés, professionnalisés. La productivité et la qualité de service se sont progressivement améliorées.

Oui mais. Car il y a un mais. Les entreprises sont d'accord pour développer la qualité de service, mais à condition que cela ne coûte pas trop cher.

Certes, toute démarche d'industrialisation des processus, permet également de faire des gains de productivité, et donc de réduire les coûts de traitements des contacts clients. Certes, une bonne gestion des flux et un management efficace des hommes sont des leviers d'amélioration de la performance encore souvent sous-estimés. Mais, au fur et à mesure de la professionnalisation du centre de contacts clients, il devient de plus en plus difficile de continuer à en diminuer les coûts opérationnels. Il est d'ailleurs impossible de réduire les temps de traitement au-delà d'une certaine limite, sans que la qualité de service soit réellement altérée.

Ne faut-il donc pas sortir de cet éternel dilemme et trouver une nouvelle voie pour à la fois développer la satisfaction des clients, ainsi que celle des personnels internes, et réduire les coûts ?

Ne faut-il pas aborder le problème sous un autre angle et le traiter à la source ? C'est-à-dire à l'origine même du contact client. Autrement dit, en poussant le raisonnement à son terme, le meilleur service ne serait-il pas en fait l'absence de service ? Ne serait-il pas celui d'un environnement « idéal » où les clients n'auraient plus besoin de rentrer en relation avec le centre de contacts clients, ... parce qu'ils n'ont eu aucune raison de le faire ... si ce n'est pour renforcer leur relation avec l'entreprise !

Quelques, encore trop rares, entreprises ont fait ce constat et ont choisi de changer de logique, de développer une nouvelle approche des centres de contacts clients. Une approche où le service clients devient stratégique pour l'ensemble de l'entreprise, et n'est plus vécu comme un « mal nécessaire ». Une véritable approche d'écoute et d'orientation clients.

Nous pouvons dans ce sens citer l'expérience innovante d'Amazon.com. Si la société a pu se développer et réussir là où de nombreux autres ont échoué, c'est probablement grâce à une culture client extrêmement forte. D'aucuns parleraient même « d'obsession client ».

Ce succès, Amazon.com le doit entre autre à la mise en place d'une approche innovante en matière de gestion des contacts clients. Bill Price, à l'époque Global Vice-President for Customer Service, fût à l'origine du développement de cette démarche, fondée sur quatre grands principes d'action, adoptés et mis en œuvre par l'ensemble de l'entreprise.

#### A savoir :

- Une codification et une analyse rigoureuse de tous les contacts clients traités,
- La conduite de projets transverses d'élimination des causes amont des contacts clients indésirables,
- L'incitation des clients à utiliser des solutions de self-service enrichies et adaptées,
- L'exploitation qualitative des contacts clients et la prise en compte des idées et suggestions faites par les clients eux-mêmes.

Best Service is No Service ! Tel était le slogan associé à ces 4 règles d'or au sein d'Amazon ... ou plus exactement : Best Service is No Need for Service ! C'est-à-dire que le meilleur service que l'on peut offrir à ses clients est de faire en sorte qu'ils n'aient jamais besoin de faire appel au Service Clients.

Comment ? en leur proposant des produits et des services qui soient clairs, adaptés à leurs attentes, à leur mode de consommation. En leur facilitant la vie au maximum en rendant tous les processus pratiques et simples, de la recherche d'information, à l'achat et au paiement.

Voilà une expérience et une démarche qui seraient intéressantes de rencontrer plus souvent dans les centres de contacts français ...

➔ pour en savoir plus : [info@activeo.fr](mailto:info@activeo.fr)

### ACTUALITE SOLUTIONS

#### IP CRM : VOTRE CENTRE DE CONTACTS À LA PUISSANCE ACTIVEO !

Activeo lance une solution centre de contacts inédite : l'IP CRM, l'alliance unique entre les technologies IP Cisco Systems et Microsoft Dynamics CRM 3.0.

Le résultat ? Un centre de contacts sur-mesure, pensé pour donner de la valeur à votre capital-client en fonction de vos spécificités métier.

Côté réseau, l'IP CRM c'est un serveur de téléphonie IP centralisé et la gestion fine de tous vos canaux de contacts, avec la fiabilité et la sécurité des technologies Cisco Systems. Côté CRM, l'IP CRM vous offre toute la puissance et la convivialité de Microsoft Dynamics CRM, couvrant tous vos besoins Marketing, Vente et Services Clients.

Au travers de l'IP CRM, Activeo met à votre disposition toute son expertise en matière de projets centre de contacts, vous offrant ainsi une solution adaptée à votre métier et favorisant l'adhésion de vos futurs utilisateurs.

➔ pour plus d'informations : [info@activeo.fr](mailto:info@activeo.fr)

### ACTUALITÉ PRODUITS

#### IPS EDUCATION : LA GESTION DES ABSENCES POUR LES ÉCOLES, COLLÈGES ET LYCÉES



Présenté lors du Forum eEducation organisé par Cisco Systems le 8 juin dernier, IPS Education participe à la nouvelle vision de l'École de demain.

Conçu pour faciliter la gestion quotidienne de la vie pédagogique, ce produit répond à l'ensemble des problématiques de gestion des absences au sein des établissements scolaires et simplifie la gestion dans les cantines.

Depuis un IP Phone, l'appel en classe est effectué directement, les absences sont visualisées et signalées aux parents par texto, email puis courrier.

Découvrez IPS Education : une valeur ajoutée inégalée, une prise en main aisée par les utilisateurs et une optimisation des processus de gestion interne !

➔ pour recevoir une documentation : [info@activeo.fr](mailto:info@activeo.fr)

## AGENDA

### Mardi 26 septembre 2006

#### Petit-déjeuner Microsoft Dynamics CRM 3.0 – Activeo

« Comment réussir vos projets de relation clients à distance ? »

Présentation et démonstration de la solution Microsoft CRM

Information, programme et inscription : [info@activeo.fr](mailto:info@activeo.fr)