

## Témoignage client SAP



La filiale **DirectGroup de Bertelsmann** gère sa relation client grâce à mySAP CRM. Toutes les données relatives aux adhérents des clubs sont d'abord analysées par la solution mySAP Business Intelligence pour être ensuite utilisées concrètement par le centre de contact Customer Interaction Center de mySAP CRM lors de chaque interaction téléphonique des adhérents avec Bertelsmann.

**DIRECTGROUP**  
BERTELSMANN



## **D'EXCELLENTE RELATIONS CLIENT GRACE A UN SERVICE SUR MESURE**

Bertelsmann c'est : 50 clubs de livres et de disques dans le monde entier, plus de 25 millions de membres, environ 40 000 commandes à l'heure et un chiffre d'affaires de 2,25 milliards d'euros en 1999-2000. Alors que les adhésions ne cessent d'augmenter dans toute l'Europe ainsi qu'en Asie, le nombre d'adhérents continue de stagner sur l'immense marché américain. Conquérir de nouveaux clients, fidéliser les anciens et accroître le chiffre d'affaires par client, tels sont les principaux objectifs des Clubs Bertelsmann. « Nous connaissons parfaitement nos clients et nous voulons exploiter au mieux ces informations pour leur offrir exactement ce qu'ils recherchent », souligne Thomas Greutmann, coordinateur du projet informatique international chez Bertelsmann. Les attentes des clients changent et l'Internet offre de nouveaux moyens de communication et de nouveaux canaux de distribution ; voilà au moins deux raisons pour adopter une stratégie de gestion du « capital client ».

### **UN PAS DE PLUS EN MATIERE D'INTEGRATION**

Dans la mesure où les familles de produits et les politiques de prix ne suffisent plus à se démarquer de la concurrence, la réussite dépend désormais de la satisfaction des clients et de l'excellence des services. Les systèmes informatiques existants, dont bon nombre ont été élaborés en interne dans les années 70, n'étaient pas de taille à relever ces défis. Ce qu'il fallait, c'était un système intégrant tous les processus essentiels de gestion du marketing, des services à la clientèle et de la chaîne logistique ainsi que de la finance et du contrôle de gestion, cela afin de créer une base de données parfaitement cohérente. « Notre but est d'optimiser la gestion de la relation client. mySAP BI et mySAP CRM sont les deux solutions qui nous aident à y parvenir », affirme Thomas

**SAP FRANCE**

57/59 bd Malesherbes

75008 Paris

Tél. : 01 55 30 20 00

Fax : 01 55 30 20 01

[www.sap.com/france](http://www.sap.com/france)

Greutmann. « C'est pour grande partie la facilité d'intégration des solutions offerte par SAP qui a motivé notre choix. Un autre facteur décisif pour les Clubs Bertelsmann a été la rapidité de la mise en œuvre, avec une mention spéciale pour mySAP CRM analytique qui nous permet de gérer tout notre CRM analytique ». La mise en œuvre de cette solution est grandement facilitée par l'atelier d'administration et la mise à disposition d'un contenu fonctionnel où l'ensemble du flux de données permettant d'alimenter le système de CRM Analytique est déjà pré-configuré. Il n'est plus question de perdre son temps et son énergie à développer le contenu. Ainsi, mySAP Business Intelligence propose en standard toutes les fonctions de reporting et d'analyse pertinentes pour affiner la connaissance de ses clients.

**UN SERVICE CLIENTS SUR MESURE**

L'intégration native entre mySAP BI et mySAP CRM est le point clé qui permet à l'ensemble des clubs de Bertelsmann de puiser dans leur vaste réservoir d'informations clients afin de lancer des campagnes marketing personnalisées. La gestion des campagnes marketing est étudiée en fonction de segments cibles, puis analysée et comparée dans le système. Tout est intégré, depuis les campagnes marketing et la conquête des clients, la publicité régulière des produits dans les catalogues, jusqu'à la commande par divers canaux de communication, la livraison et le service clients. L'entreprise bénéficie ainsi d'une vue à 360 degrés de ses clients. Pour chaque adhérent, il est possible de personnaliser et d'optimiser jusqu'à 50 interactions directes par an.

**SAVOIR PREVOIR**

mySAP Business Intelligence fournit tous les outils d'analyse nécessaires à cela, regroupe les informations disséminées sur plusieurs sources et les met à la disposition des téléacteurs. Puis, grâce à mySAP CRM les téléacteurs reçoivent un profil client faisant état de tous les canaux de vente et de communication possibles (en fonction du client et du cycle de vie). Ainsi, quand les clients appellent, les téléacteurs disposent de toutes les informations : ils savent quels sont leurs intérêts et leurs comportements d'achat et connaissent les objectifs que doit remplir le club concerné. Les informations traitées les renseignent non seulement sur le contrat du client et sur les transactions, mais aussi sur la disponibilité des produits. Les agents du centre d'interaction client disposent aussi de scripts interactifs qui se

déclenchent en fonction du profil du client. Ces scripts leur permettent de guider l'entretien téléphonique, d'argumenter pour retenir un client qui souhaiterait quitter le club, de proposer des promotions intéressantes et enfin, de conquérir de nouveaux clients.

mySAP CRM et son centre d'interaction client représentent le noyau central où sont gérées et traitées toutes les informations collectées sur les clients, quel que soit le canal d'interaction impliqué (courrier, E-mail, téléphone, Internet, boutiques de l'entreprise ou support direct chez le client).

**INTEGRATION DE LA TELEPHONIE**

Le centre d'interaction client propose également des solutions de couplage téléphonie-informatique (CTI - Computer Telephony Integration) pour la gestion des appels. Cette interface (SAPphone) relie les applications système à des produits middleware CTI ou à des composants de téléphonie.

**MYSAP CRM - LA CLE D'UNE RELATION DIRECTE AVEC LE CLIENT**

« Il nous faut absolument adopter une solution CRM intégrée si nous voulons, chez Bertelsmann établir un contact direct de qualité avec nos clients — surtout dans un contexte économique difficile » précise Dr. Klaus Eierhoff, membre du conseil d'administration de Bertelsmann, soulignant ainsi l'importance du projet. La solution intégrée et automatisée mySAP CRM, ainsi que les améliorations constantes apportées aux processus clients permettront à Bertelsmann de prendre la tête du marché, tout en diminuant les coûts et en améliorant l'efficacité. Une sélection de programmes, une politique de prix axée sur la valeur des clients, des services d'excellente qualité, des canaux de distribution et de communication adaptés à chacun et enfin, un support à la clientèle personnalisé et interactif sont autant d'atouts qui permettent à chaque clients de Bertelsmann de se sentir unique et privilégié. Bertelsmann a demandé à la société Syskoplan, partenaire de SAP, ainsi qu'à la société CM4 de lui prodiguer aide et conseils lors de la mise en œuvre et de travailler en collaboration avec son prestataire de services IT interne, Bertelsmann mediaSystems. Lors de la première phase, le centre d'interaction client de mySAP CRM ainsi que mySAP BI ont été mis en œuvre dans les cinq plus grands clubs enregistrant à eux seuls environ 70 % du volume des transactions ; ces clubs sont basés aux Pays-Bas, en Allemagne, au Royaume-Uni, aux USA et en France.