

Témoignage client SAP mySAP CRM



Crédit photo CONDAT

Guy Chemisky,
DSI

Spécialiste de la production de lubrifiants et leader dans les produits chimiques de haute technicité, le groupe **Condat** (380 personnes et 85 millions d'euros de CA 2003 hors filiales US) mise depuis 1998 sur une refonte stratégique de son système d'information pour conforter sa position en Europe et dans le monde. Dernier volet en date de cette refonte, la mise en œuvre complexe de mySAP CRM, avec l'assistance active de T-Systems et de SAP France, permet progressivement d'intégrer les forces de ventes à l'ensemble des processus métiers et de capter à la source des données critiques sur les clients.



Crédit photo CONDAT

CONDAT

mySAP CRM POUR SOUTENIR LE PASSAGE D'UNE STRATÉGIE PRODUIT A UNE STRATÉGIE MARCHÉ

Le groupe Condat a toujours basé sa stratégie commerciale sur un concept d'offres différenciées à forte valeur distinctive. Suivant le même principe, et face à une dimension environnementale de plus en plus présente, en lien avec les évolutions réglementaires, elle mise aujourd'hui sur la qualité de son service client, pour en faire une composante essentielle de son positionnement concurrentiel. Fort de ce constat, le concepteur et fabricant de lubrifiants industriels et de produits de traitement du bois, leader sur les marchés de la physico-chimie de haute technicité, conforte sa position depuis 1998 à travers une stratégie résolument orientée client. A sa première priorité - optimiser et rationaliser ses processus industriels afin de mieux gérer la demande - il a répondu dès 1998 en s'appuyant sur une refonte totale d'un système d'information spécifique et hétérogène, au profit de l'ERP de SAP, à même d'affiner planification et pilotage.

“Dès cette époque, nous avons aussi dans nos priorités de placer le client au cœur de nos processus, en évoluant d'une logique de fabrication à une logique de service client”, précise Guy Chemisky, DSI de Condat. “Le temps de “digérer” notre précédent projet SAP, nous n'avons toutefois lancé concrètement cette stratégie CRM qu'en 2000, avec l'acquisition de mySAP CRM. Pourquoi ce produit ? Parce que nous voulions simplifier et fiabiliser l'intégration transversale de nos processus, depuis la détection du besoin jusqu'à la facture client, en misant sur le tout SAP. Le choix de T-Systems (Soleri) remonte au projet ERP : nous avons été séduits alors par cet intégrateur à notre taille, géographiquement proche, parlant le langage de la PME et partageant nos valeurs, notamment en termes de gestion de projet. Très satisfaits de ses prestations, nous lui avons confié cette nouvelle étape.”

La mise en oeuvre du composant Mobile Sales de mySAP CRM démarre dans la foulée, dans le cadre d'un contrat tripartite SAP, T-Systems, Condat. Mais rapidement la jeunesse du produit se heurte à la gourmandise du périmètre attendu (sur le portable du commercial notamment : messagerie SAP intégrée, rapport de visite, fiches des clients, simulation de prix synchrone avec le pricing sous SAP...). Fin 2001, rien ne tourne et Condat se fâche avec SAP. "Nous avons alors apprécié tout le professionnalisme de SAP et sa haute considération de ses clients," souligne Guy Chemisky. "Quand d'autres auraient "laissé en plan" la PME que nous sommes, SAP France a multiplié les moyens humains pour transformer ce projet en réussite. Réussite que nous devons aussi à T-Systems, qui a fait beaucoup plus que nous accompagner, en s'immergeant vraiment dans notre entreprise et sa problématique."

UNE RELATION CLIENT TRACÉE ET PARTAGÉE

En novembre 2002, alors que Condat n'y croit plus, le projet repart et en juin 2003, la solution est opérationnelle puis déployée en septembre auprès d'un panel d'une vingtaine d'utilisateurs représentatifs. Elle sera progressivement déployée d'ici juin 2004 auprès de la centaine de commerciaux mobiles et de tous les acteurs de l'entreprise impliqués dans la relation client : équipe marketing, assistance clients, logisticiens...

L'utilisation de mySAP CRM Mobile Sales n'est certes pas encore totalement opérationnelle, mais déjà elle change la façon de travailler et initie concrètement le passage pour Condat d'une stratégie de produit à une stratégie de marché. "Parce que nous gérons des milliers de clients sur des marchés très variés, notre activité génère un flux très important d'informations, qui jusqu'alors sont restées cloisonnées dans nos différents services," poursuit Claude Bercq, Directeur Commercial de Condat. "En mettant Mobile Sales à la disposition de nos commerciaux (un tiers des effectifs) mais aussi des autres métiers, nous avons enfin un moyen de capitaliser sur les informations concernant nos clients, au-delà de la vision administrative que nous en offre SAP, en traçant véritablement la vie de nos relations avec eux. Nous savons et nous partageons ce qui s'est dit lors du dernier entretien, l'état de leurs parcs de machines, etc."

Autant d'informations critiques pour personnaliser chaque contact ou instaurer d'autres niveaux de relation avec le client. Par exemple, un chef produit pourra rapidement accéder au dernier compte

ARCHITECTURE TECHNIQUE

Solution	mySAP CRM
Composants	Mobile Sales
Nombre d'utilisateurs	200
Matériel / Serveurs	Dell NT/Intel
Base de données	Oracle 8
Back-office	SAP (FI, CO, SD, MM, PP, WM, QM, PM)

rendu d'essai d'un produit en développement, tout comme la logistique pourra intervenir dès le début de la négociation sur la rédaction d'un contrat de livraison.

DES PRÉVISIONS DE VENTES POUR LA PRODUCTION ET LES BUDGETS

En outre, l'adoption de mySAP CRM va contribuer à uniformiser les modes de fonctionnement d'une structure commerciale complexe, organisée par marchés en sus des secteurs géographiques. Véritables sponsors de la solution, les commerciaux mobiles qui en bénéficient, apprécient de mieux gérer leur temps,

de préparer leurs visites avec des arguments plus solides, de pouvoir simuler des prix face au client, de savoir si une visite s'est concrétisée par une commande et à quelle date, sans avoir à téléphoner à des assistantes pas toujours disponibles... Les données qu'ils remontent vont permettre

progressivement à la production et aux managers chargés des budgets de s'appuyer sur des prévisions de vente consolidées par une vision dynamique des tendances. Enfin, côté marketing, "la souplesse de Mobile Sales nous permet d'améliorer la segmentation des clients et notamment d'identifier enfin nos clients par marché, ce qui est très important quand ils en couvrent plusieurs," ajoute Claude Bercq.

Et Guy Chemisky de conclure : "Nous avançons en douceur, soutenu par des utilisateurs qui commencent à trouver prometteuses les possibilités offertes par Mobile Sales. Et si hier notre performance s'appuyait sur la technicité de nos produits, nous savons que demain elle s'appuiera de plus sur notre réelle compréhension du marché et notre proactivité face aux attentes de nos clients."

"A l'heure ou la technicité de nos produits n'est plus suffisante, mySAP CRM Mobile Sales nous aide à évoluer vers une économie de marché bien maîtrisée."

Guy Chemisky - DSI - Condat.