



Petit guide pour choisir une solution CRM

Trouvez la solution qui vous convient

Update

Nos clients sont **plus performants.**

Table des matières

- 2 Avant-propos
 - 3 Facteurs de réussite d'un projet CRM
 - 5 Critères d'évaluation des éditeurs de CRM
 - 9 Processus de sélection de la solution CRM adaptée
 - 11 Envisager le CRM sur le long terme
-

Avant-propos

Le CRM est en passe de devenir le principal logiciel de l'entreprise¹ : d'ici à 2017, le total des dépenses en gestion de la relation client à travers le monde devrait atteindre 36,5 milliards USD par an. Par le volume d'investissement, le CRM dépassera ainsi les solutions ERP. Mais pour exploiter tout le potentiel de création de valeur qu'offrent les logiciels de gestion de la relation client il faut s'assurer que la solution implémentée sera utilisée au quotidien et de manière adéquate par les collaborateurs. Or, le choix du logiciel influe fortement sur la réussite de d'un projet CRM.

Ce guide est un outil méthodologique destiné à aider les décideurs à choisir la solution CRM adaptée pour leur entreprise.

¹ Gartner (2013): CRM survey

Facteurs de réussite d'un projet CRM

1. Inclure le CRM dans la stratégie de l'entreprise

L'une des fonctions essentielles d'une solution de CRM est de recueillir, segmenter et évaluer les données clients et prospects, en vue de les utiliser de façon ciblée. Cette base de données est exploitée de façon intensive par les professionnels de la vente, du marketing et du service. Au-delà des aspects fonctionnels, une solution CRM doit donc fournir une vue à 360° sur l'ensemble des tiers pour permettre d'harmoniser les processus à travers l'entreprise et améliorer la qualité de la relation client. Les étapes de la relation client et les tâches sont plus efficaces et correspondent mieux aux attentes des clients et prospects quand elles sont fondées sur des éléments factuels recueillis dans le cadre de la relation.

L'investissement de départ dans une solution CRM adaptée à la stratégie et aux objectifs de l'entreprise se traduit par un net accroissement de l'efficacité des processus et de la productivité des utilisateurs, et donc par une amélioration des résultats (indicateurs clés de performance).

2. Évaluer les structures et processus internes à l'entreprise

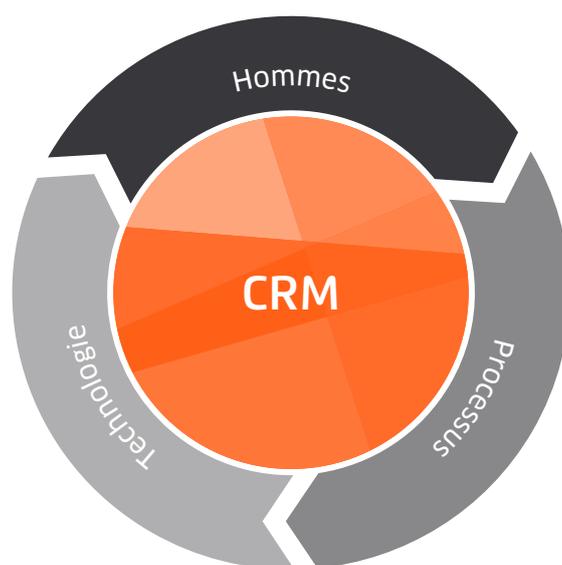
L'introduction ou le renouvellement d'une solution CRM est l'occasion de remettre en question et d'optimiser les processus existants. Le fait d'identifier les points faibles de ces processus permet de déterminer les améliorations que l'entreprise attend de la solution CRM. Il convient de distinguer les améliorations indispensables des mesures subsidiaires, afin de définir des priorités.

3. Fixer des objectifs pour l'utilisation du CRM

Le choix d'une solution CRM doit être guidé avant tout par les résultats de votre analyse de l'existant et de vos objectifs, et en second lieu par les fonctionnalités du logiciel. En effet, pour vous garantir la mise à disposition des fonctionnalités pertinentes pour votre entreprise, un éditeur de solutions CRM doit comprendre les besoins liés à vos processus et à vos usages et les traduire en spécifications fonctionnelles et techniques.

4. Constituer une équipe projet interdisciplinaire

La mise en œuvre d'une solution CRM ayant des répercussions sur l'ensemble des départements d'une entreprise, la gestion du changement et l'implication de toutes les parties prenantes sont des éléments essentiels à la réussite d'un projet CRM. L'introduction du CRM doit bénéficier d'un soutien actif au plus haut niveau de l'entreprise et l'ensemble des départements concernés doivent être représentés au sein de l'équipe responsable du projet. De plus, le point de vue des utilisateurs est capital et doit impérativement être pris en compte dans la sélection du logiciel. Organiser des réunions à intervalles réguliers sur l'avancement du projet et communiquer les résultats intermédiaires et les réalisations permet de fédérer les collaborateurs et de créer un état d'esprit positif, dans lequel chacun s'approprie la responsabilité de la réussite du projet CRM.



Analyse des besoins

Présélection des fournisseurs

Présentation

1re sélection

2e sélection

Choix final

Critères d'évaluation des éditeurs de CRM

Une fois que vous avez défini en interne la finalité du CRM, votre entreprise peut commencer le premier tour d'horizon des solutions disponibles. La plupart des grands éditeurs de CRM du marché proposent de solutions offrant des fonctions assez similaires. Aussi pour affiner votre sélection des éditeurs, nous vous recommandons de fonder votre évaluation sur les critères suivants.

1. Expertise sectorielle

Le choix d'un logiciel capable de répondre aux attentes spécifiques de votre entreprise dès sa version standard favorise la réussite du projet à court terme. Il est donc préférable d'opter pour un éditeur CRM proposant des solutions préconfigurées pour votre secteur d'activité, gage de son expertise. Ces solutions spécifiques couvrent l'ensemble des processus propres à votre secteur et facilitent la personnalisation et l'évolution de votre CRM par la suite. Les références clients de l'éditeur sont un premier élément à vérifier pour se faire un idée de son expertise sectorielle et de sa crédibilité.

2. Solution centrée processus

La mise en œuvre d'une solution CRM doit s'accompagner d'une professionnalisation de vos processus en vue de les améliorer, voire de les redéfinir. Une solution CRM performante propose dès sa version standard des options de visualisation efficaces pour une navigation orientée processus. Elle allie également flexibilité technique et simplicité d'usage, tout en permettant la maîtrise des processus attendus.

3. Convivialité

Même la meilleure solution CRM ne peut pas créer de valeur ajoutée si elle n'est pas bien acceptée et exploitée par ses utilisateurs. Un logiciel convivial est simple à utiliser n'affiche que les données réellement pertinentes pour l'utilisateur. Celui-ci est guidé intuitivement à travers ses tâches par le CRM contextuel. Le taux d'utilisation de la solution est plus important si elle est considérée par ses utilisateurs comme une aide dans la réalisation de leurs activités au quotidien. Le besoin de formation est ainsi considérablement réduit et la solution CRM apporte des résultats tangibles rapidement après son implémentation.

4. Intégration au système d'information

Les départements d'une même entreprise peuvent utiliser différents logiciels comprenant des données clients. L'intégration du CRM au système d'information existant est indispensable pour avoir une vue d'ensemble sur toutes les données clients. Au moment de la sélection de votre solution CRM, il convient donc de vérifier si elle offre des interfaces évolutives avec d'autres solutions, notamment l'ERP.

5. Options d'analyse

Avec un volume de données en hausse constante, la nécessité de disposer d'outils d'analyse efficaces augmente elle aussi. Une solution CRM doit proposer des fonctions d'analyse dès sa version standard. Vérifiez le degré de flexibilité de ce CRM analytique : si vos besoins d'analyse évoluent, il faut que la solution CRM puisse y répondre.

6. Utilisation mobile

LD'après une étude du cabinet de conseil McKinsey², l'Internet mobile est l'évolution technologique la plus influente de ces dernières années d'un point de vue économique et social. La disponibilité de votre CRM sur les terminaux mobiles n'est plus un luxe mais la solution idéale pour améliorer la performance des collaborateurs itinérants, comme la force de vente et les techniciens du service. Ceux-ci peuvent en effet accéder aux données où qu'ils se trouvent et donc travailler de façon plus efficace sur le terrain et en déplacement, avec un effet positif sur la satisfaction client et les résultats de l'entreprise. Pour un maximum d'efficacité, la solution CRM doit être accessible online et en mode déconnecté pour rester disponible hors des zones de couverture réseau.

7. Solution interne ou SaaS

Les solutions CRM sont disponibles en mode licence ou locatif-SaaS. La licence demande un investissement initial (Capex), mais offre souvent une plus grande marge de manœuvre pour la configuration du logiciel et les services rendus. Si vous préférez utiliser votre CRM en mode locatif (Opex), le montant de la location mensuelle dépendra du nombre d'utilisateurs. Le mode SaaS (Software as a Service), extension du mode locatif, inclut des services à la charge du prestataire : maintenance et exploitation des plateformes technologiques incluant les mises à jour, ainsi qu'un véritable engagement d'accompagnement sur la mise en œuvre et la vie du CRM au sein de l'entreprise. La capacité, qu'offrent certains éditeurs de passer d'une variante à l'autre permet de mettre en œuvre avec souplesse l'évolution de la stratégie informatique de votre entreprise.

8. Méthode d'implémentation

L'adoption d'une démarche méthodique est un facteur décisif pour le succès de l'implémentation d'un CRM. D'autres facteurs essentiels sont le savoir-faire technique, l'expérience de la gestion du changement et l'efficacité dans la transmission du savoir autour des spécificités de votre secteur. Il est souvent difficile pour une entreprise de réunir toutes ces compétences en interne dans un délai réduit. Pour la réussite du projet, l'éditeur CRM doit donc offrir un suivi permanent et personnalisé ou vous aider à trouver le partenaire idéal pour vous accompagner dans votre projet.

9. Leadership technologique

L'avenir appartient aux entreprises innovantes. Toutes les possibilités d'utilisation du CRM sont encore loin d'avoir été exploitées. Choisir un éditeur qui investit dans la recherche et le développement vous assurera de bénéficier d'une solution CRM pérenne et évolutive.

En résumé

Ces neuf critères de qualité vous aideront à sélectionner votre fournisseur de CRM de façon méthodique. À l'issue de votre première analyse du marché, votre choix devrait se resserrer autour d'une liste de deux à quatre solutions. Ce nombre dépend de la taille de votre entreprise et de la complexité de votre cahier des charges.

Lors de l'étape suivante, vous allez devoir évaluer de façon détaillée les solutions CRM présélectionnés et leurs éditeurs.

Testez votre solution de CRM

Évaluez les éditeurs de CRM à l'aune des neuf critères de qualité susmentionnés pour affiner votre pré-sélection d'éditeurs et opter pour la solution la plus adaptée.

Check-list	1	2	3	4	5
1. Expertise sectorielle					
2. Solution orientée processus					
3. Convivialité					
4. Intégration au système d'information					
5. Options d'analyse					
6. Utilisation mobile					
7. Solution hébergée en interne ou en mode SaaS					
8. Méthode d'implémentation					
9. Leadership technologique					

1: Très élevé / 2: Elevé / 3: Moyen / 4: Faible / 5: Inexistant

Processus de sélection de la solution CRM

1. Réduire le nombre de fournisseurs

Approfondissez votre connaissance des acteurs du CRM en posant aux éditeurs des questions plus pointues sur leurs clients, les projets menés, les résultats obtenus, les problématiques rencontrées, ... et resserrez ainsi le cercle des fournisseurs potentiels. Tenez compte de leurs produits et services, mais aussi du discours de votre interlocuteur, qui doit être clair et aisément compréhensible.

2. Premières présentations

Invitez les éditeurs à vous remettre une présentation écrite. Les dossiers que vous aurez reçus vous aideront à affiner encore votre présélection. Les entreprises que vous retiendrez pourront ensuite vous présenter leur solution. Les présentations et démonstrations « online » sont de plus en plus courantes et permettent de gagner du temps.

3. Tests

Un facteur important de réussite au moment de l'implémentation du logiciel de CRM consiste à spécifier les fonctionnalités en amont, en étroite concertation avec le fournisseur. Demandez à pouvoir parler à l'un des clients de l'éditeur. Plus vous aurez détaillé votre projet en amont avec par exemple les deux éditeurs présélectionnés, plus ils seront capables de vous proposer une évaluation réelle du coût et du temps projet. Cette réflexion en amont vous permettra de mieux estimer vos propres charges et les sujets sur lesquels vous avez encore besoin de travailler, mais aussi de valider la méthodologie de l'éditeur et la complémentarité de son intégrateur le cas échéant.

4. Sélection resserrée

Dans la plupart des cas, à ce stade de la sélection, un favori devrait déjà se dégager. Mais si la mise en œuvre de votre projet CRM est complexe, vous devrez alors comparer les finalistes sur leur capacité à répondre à des exigences très spécifiques, tirées par exemple des ateliers réalisés au cours des phases précédentes.

5. Décision finale

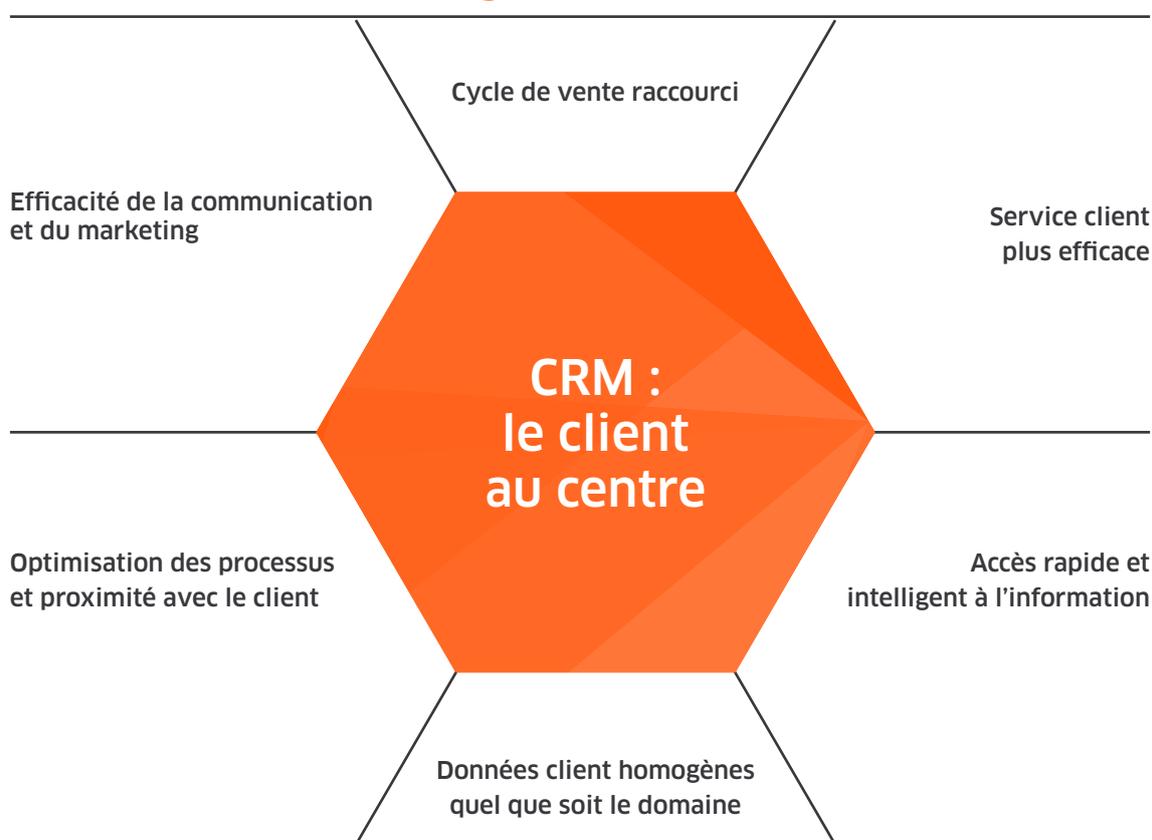
Considérez la procédure d'évaluation, si poussée soit-elle, comme un élément de planification. Ce n'est qu'une fois que vous aurez identifié l'éditeur rassemblant les conditions idéales que vous pourrez faire votre choix. Gardez en tête que seulement 50 %³ des entreprises disent obtenir des résultats concrets grâce à leur CRM. « L'alchimie » avec le produit et les équipes de l'éditeur sont des facteurs décisifs. Le contact avec l'éditeur doit perdurer bien au-delà de l'implémentation de la solution. Disposer d'un interlocuteur dédié pour le support ou la gestion de projet permet d'entretenir une relation de confiance profitable à long terme.

³ zdnet (2009): CRM failure rates: 2001-2009 <http://www.zdnet.com/blog/projectfailures/crm-failure-rates-2001-2009/4967>

Envisager le CRM sur le long terme

En choisissant la bonne solution CRM, vous posez un premier jalon essentiel en vue de la réussite de votre projet sur le long terme. L'utilisation pertinente de la solution et son développement selon l'évolution de vos besoins et objectifs en feront un outil central pour votre entreprise, au service de l'amélioration de la satisfaction de vos clients et de vos résultats.

Vivre la gestion de la relation client et bénéficier de ses avantages :



Pour en savoir plus sur les avantages du CRM :
<http://crm-blog.update.com>

LE BLOG »