S84-1 LA GRC ET LE SI (Système d'Information)

841 - Qualification des données clientèle **842 - La segmentation de la clientèle** **843 - Les actions personnalisées**	□ utilisation des procédures de consultation des bases de données □ analyse et formalisation d'un besoin d'information □ procédures de mise à jour et d'enrichissement fonctions d'un logiciel de Gestion de la RelationClient. □ définition des critères □ détermination et identification des cibles □ analyse et formalisation d'un scénario de campagne □ simulations d'offres : temps, coût, résultat, marge
S84 – Informatique appliquée à la gestion de la relation avec la clientèle	La gestion de la relation avec la clientèle conduit à mobiliser des informations de nature très variée. L'informatisation de cette activité se traduit par l'utilisation de nombreuses ressources logicielles à travers des bases de données Justifier le recours à un système de requêtage. Utiliser l'instruction SELECT de *SQL*. Justifier le recours aux fonctionnalités d'un logiciel de Gestionde la Relation Client Identifier les différentes étapes Justifier le recours à un outil informatique adapté

Synopsis :

Introduction :

La collecte et finalement le traitement des infos doivent faciliter la prise de décision dans 3 domaines (clientèle, offre, management)

I Les objectifs d'une GRC informatisée (GRCi)

A les 3 éléments de base d'une solution GRCi

B les objectifs

II Architecture globale d'une solution de GRC informatisée

A le matériel

B les logiciels et leurs fonctions

Conclusion

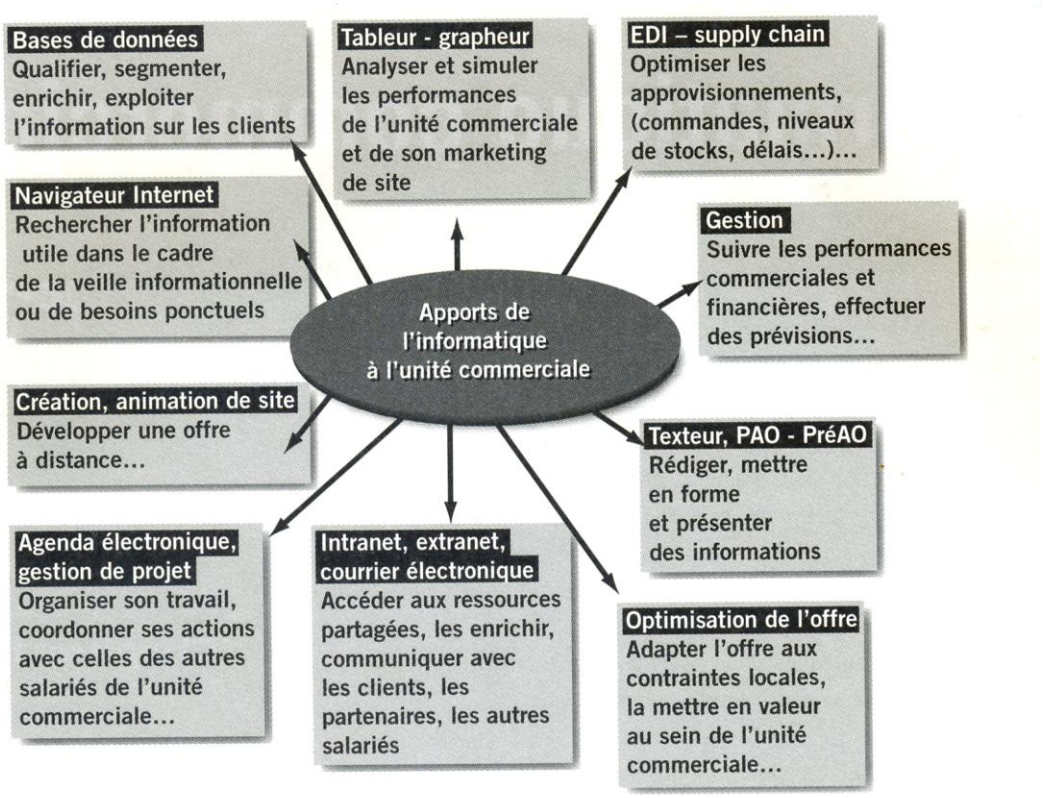
Il existe des freins à la mise en place d'une solution de GRCi

L'informatique commerciale regroupe l'ensemble des applications qui contribuent à faciliter et à renforce les décisions prises dans les 3 domaines suivants :

- **LA CLIENTELE** : gérer la relation commerciale à long terme avec la clientèle (quel est le cœur de clientèle le plus fidèle, quel est le niveau de satisfaction…)
- **L'OFFRE** : adapter l'offre aux évolutions des comportements (quelles sont les spécificités locales de l'offre, comment adapter l'offre aux besoins nouveaux des consommateurs, comment gérer les approvisionnements et la logistique…)
- **LE MANAGEMENT** : mesurer les performances commerciales par rapport aux objectifs fixés (quel est l'impact de la distribution des prospectus dans la zone de chalandise, comment assurer le partage de l'information entre les collaborateurs…)

Ces applications informatiques font appels soit :

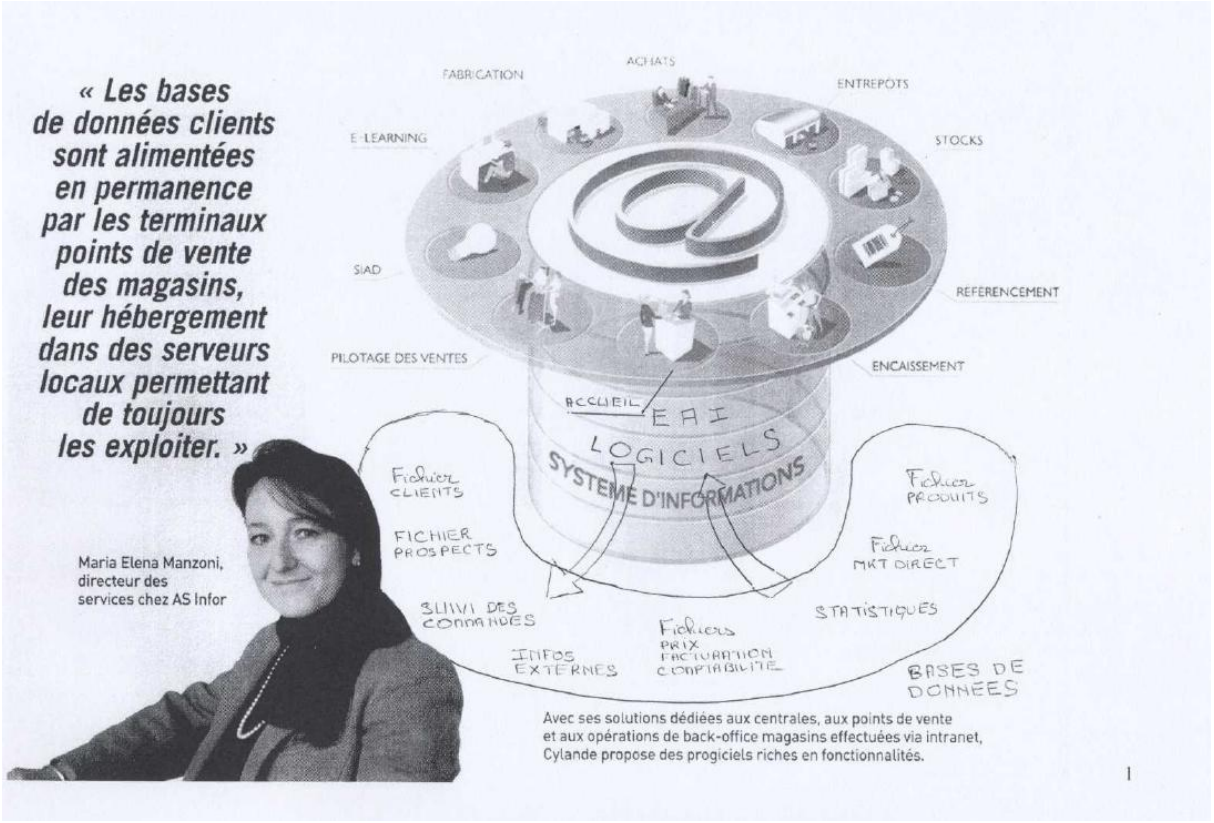
- à des logiciels standards horizontaux: WORD, EXCEL
- logiciels spécifiques verticaux (spécifiques): ETHNOS, QUICK BUSINESS



Il existe 3 types de logiciels :

- les logiciels payants « licence utilisateur » code source non modifiable page 111
- les logiciels gratuits « freeware » code source non modifiable page 112
- les logiciels libres code source modifiable page 112

Architecture globale :



Page 111

1-.Les objectifs et les principes de bases d'une solution de GRC

> On peut définir la GRC comme ... **« Une approche globale visant à apporter la bonne réponse aux attentes du client ou du prospect, au bon moment, à travers le bon canal, au bon niveau de coûts. »**

La GRC est une stratégie qui place la relation client au cœur de l'entreprise .

La GRC s'appuie donc sur des moyens technologiques importants qui sont des outils d'automatisation permettant de mieux gérer l'ensemble des **composantes de la relation client**
(…mais qui ne représentent d'après ACCENTURE que 30% des conditions favorables à la réussite d'une solution GRC !!)

La technologie n'est donc qu'un moyen qui arrive normalement après la définition de la stratégie

Les solutions technologiques GRC intègrent : (à lire pour les banquiers : banques et nouvelles technologies au crédit agricole)

- les centres d'appels call center ou web call center
- intranet
- chaines logistiques
- site internet
- bases de données
- …

Il faut donc gérer une MASSE de données de plusieurs téra octets
Il faut pour cela un Système d'Information (SI) performant

Une solution GRC repose donc sur trois éléments essentiels :

- **les bases de données commerciales** : colonne vertébrale de la GRC (I-base : collecte des infos) Les données collectées doivent être fiables et pertinentes (Collecte et traitement des données, clé de voûte de Bâle II pour les banquiers) : définition et qualification d'une bonne BDD ? (question oral)
- **des applications informatiques de gestion de la relation client** : ce sont des logiciels qui vont gérer et exploiter toutes ces données (collecter, trier, classer, stocker, traiter, interpréter, mettre à jour, mettre en forme l'information)
- **un matériel informatique performant (serveur et liaison internet ou intranet)**

La mise en place d'une solution GRC vise **plusieurs objectifs** :
→ amélioration du service client
→ accroître les performances commerciales de l'UC (CA et coûts)

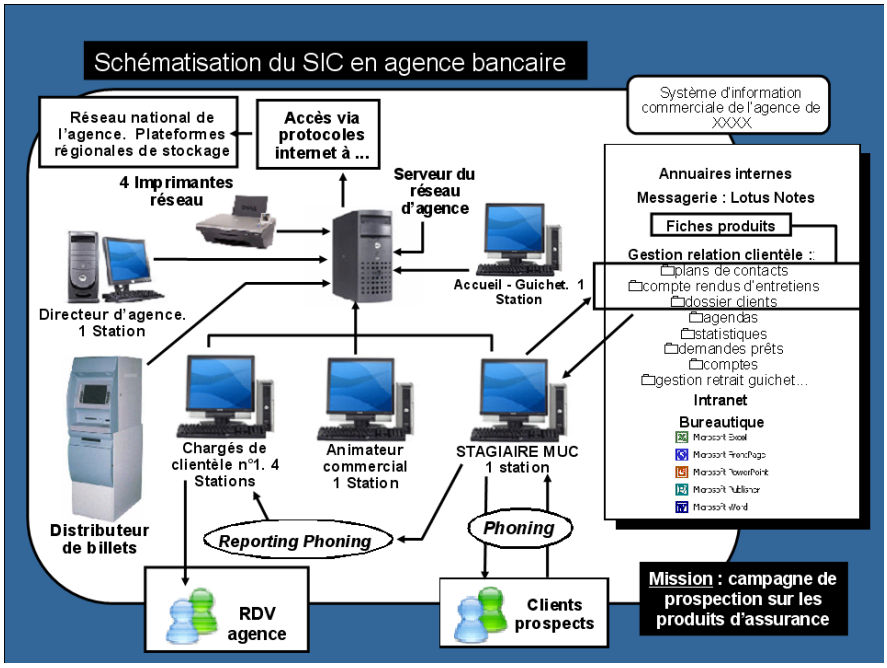
Il n'y a que 5 axes pour accroitre la profitabilité d'une base clients :

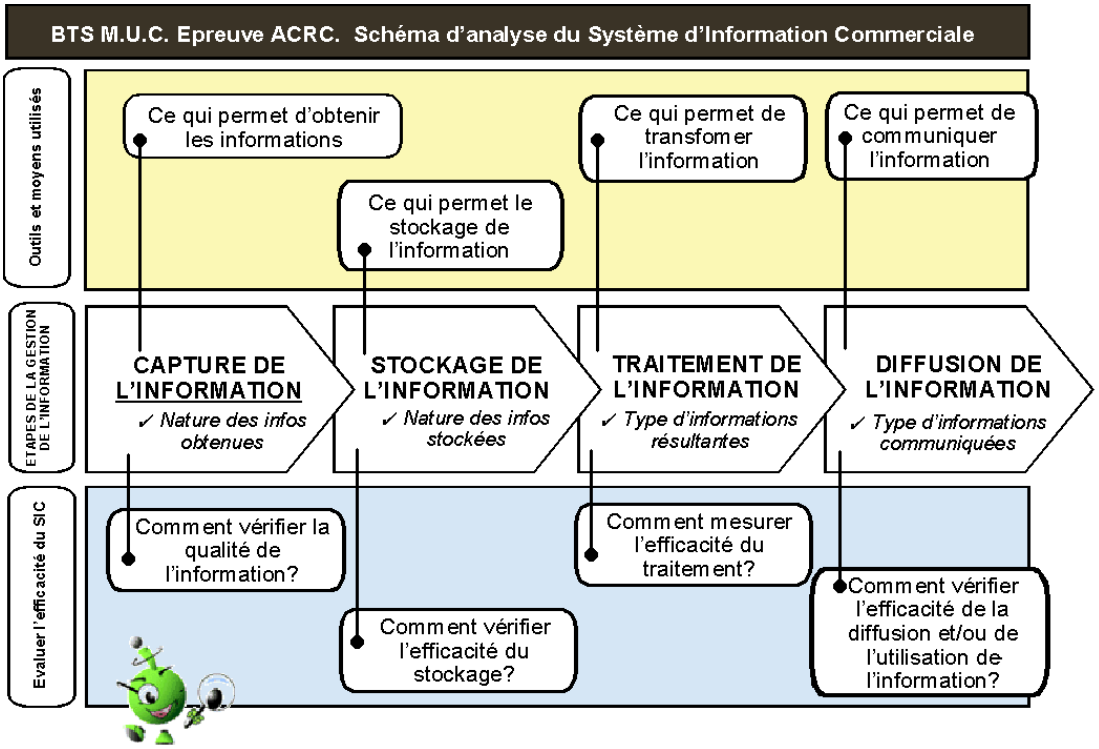
Objectifs détaillés	Questions
Acquérir des clients	Ou trouver le nouveau client afin de développer le CA?
Equiper les clients et accroitre leur **VALEUR**	Comment vendre plus au même client afin de développer le **CAPITAL CLIENT**?
Satisfaire les clients en étant davantage **PRO-ACTIF**	Comment intensifier la relation –client en **ANTICIPANT** les besoins du client?
Fidéliser les clients en développant une meilleure **REACTIVITE**	Comment **CONSERVER** la relation dans le cadre de la résolution de problèmes/litiges ou dans l'apport rapide de réponses pertinentes aux différentes questions que se pose le client?
Réduire les coûts des relations-clients	Comment ajuster les coûts de la relation ? Tous les clients n'ont pas la même valeur. Les coûts de la relation doivent être proportionnels à la « VALEUR CLIENT »

Ces questions traduisent des priorités différentes. L'ordre de préférence dépend du secteur d'activité et de la position concurrentielle de 1'entreprise

2-1**Architecture globale d'une solution GRC**

2-1 Le hard : environnement matériel





Historiquement les solutions GRC s'appuyaient sur des technologies CLIENTS-SERVEUR : système de base de données sur serveur (voir cours de DUC)
Aujourd'hui elles s'appuient davantage sur des architectures WEB à base de moteur HTML et de langage JAVA qui est un langage multi-plateforme

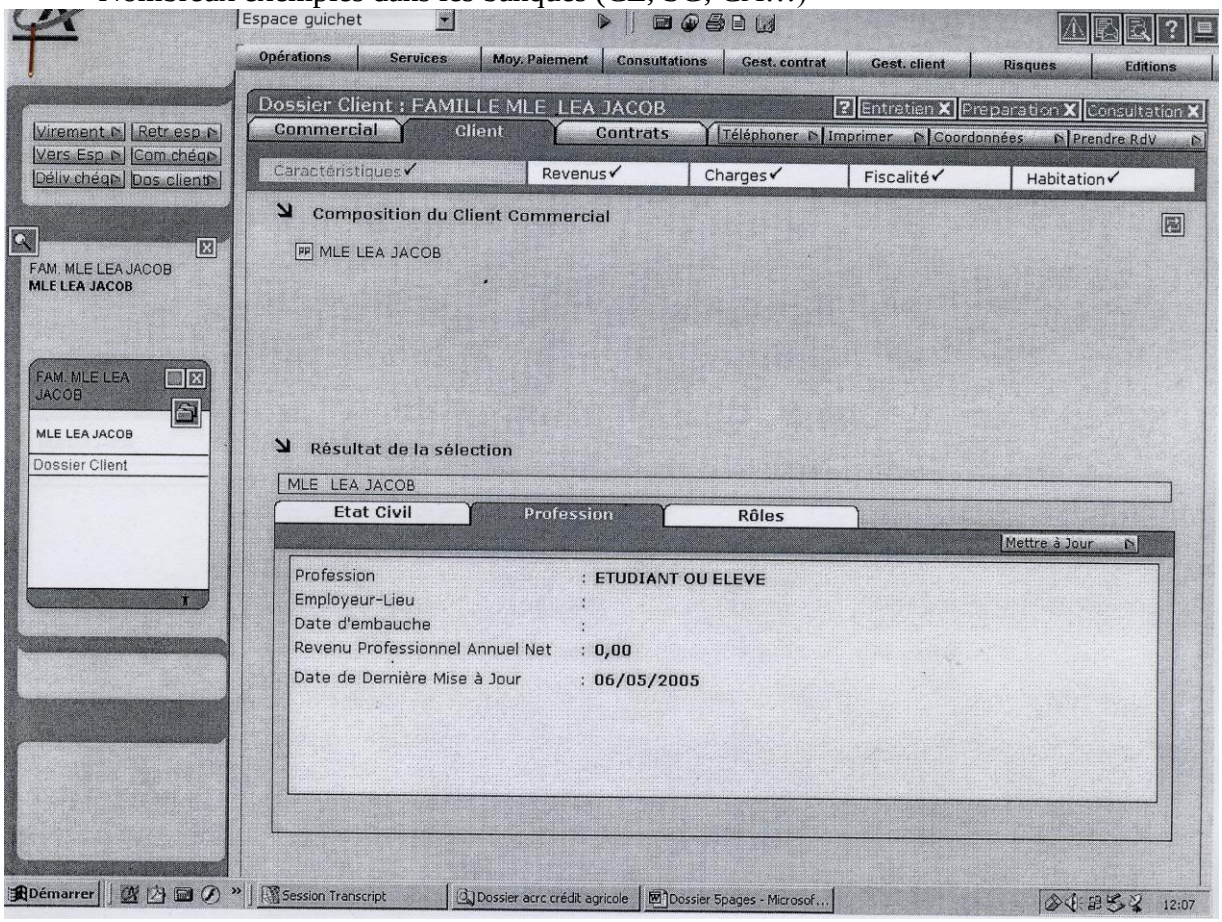
2-2 Le soft : environnement logiciels

Les solutions GRC s'orientent autour de 3 domaines fonctionnels : l'opérationnel, le décisionnel-analytique et le collaboratif.

Chacun de ces 3 domaines fonctionnels peut être divisés en plusieurs domaines d'activités

❶ **GRC opérationnelle** : gestion des activités courantes = automatisation des contacts avec la clientèle (et avec les fournisseurs). Cette fonction peut gérer 3 domaines d'activité:

- **Vente/gestion commerciale** : la gestion des contacts entre les clients et les chargés de clientèle, la gestion des ventes, la visualisation des infos clients, de l'historique client, fiche produits, analyse des ventes, supports à l'équipe de vente, gestion quotidienne des forces de ventes, gestion des commandes, des devis. .Gestion des opportunités, suivi et prévisions des actions commerciales, alertes sur critères pré-définis, gestion des comptes clients, UTILISATION de la segmentation, analyses des ventes et des écarts par rapport aux prévisions
  Nombreux exemples dans les banques (CE, SG, CA…)

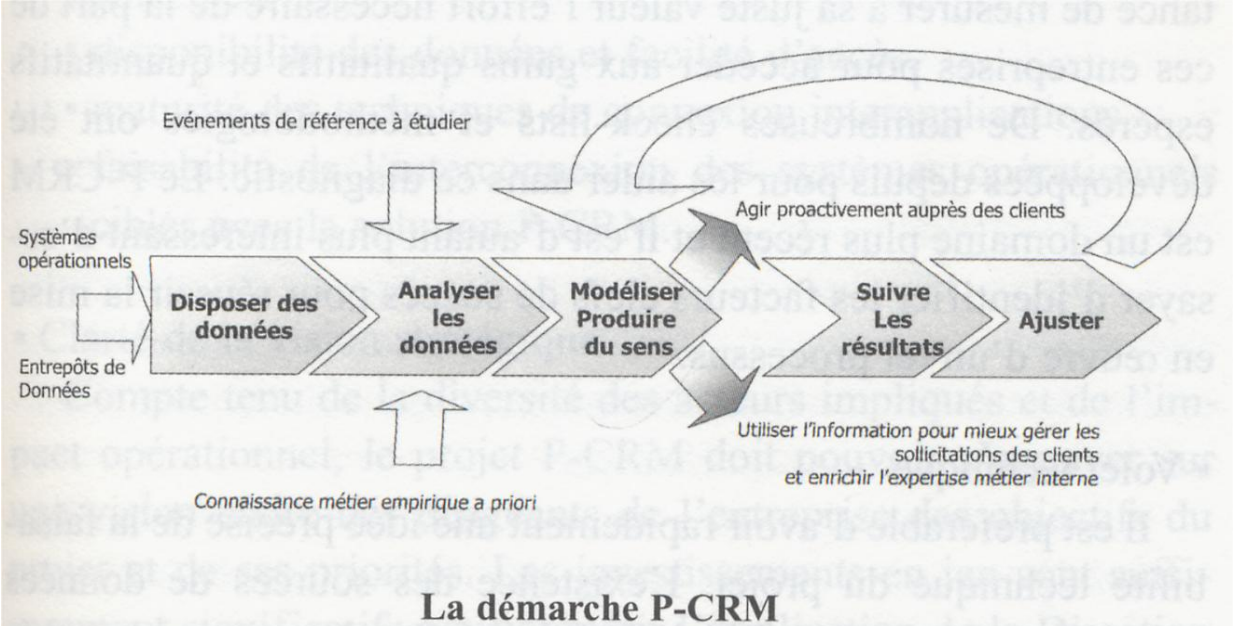


- **Marketing** : Gestion des campagnes de marketing sur plusieurs canaux de diffusion : calcul de ratios, reporting, scoring, script de télémarketing, planning des opérations…(élaboration, suivi et analyse des campagnes de marketing, intégration des fichiers de données externes, ciblage, …)

- **Services et supports clientèle** : gestion des contacts (entrant / sortant). Gestion des incidents, gestion des devis, gestion des garanties, gestion de la facturation…

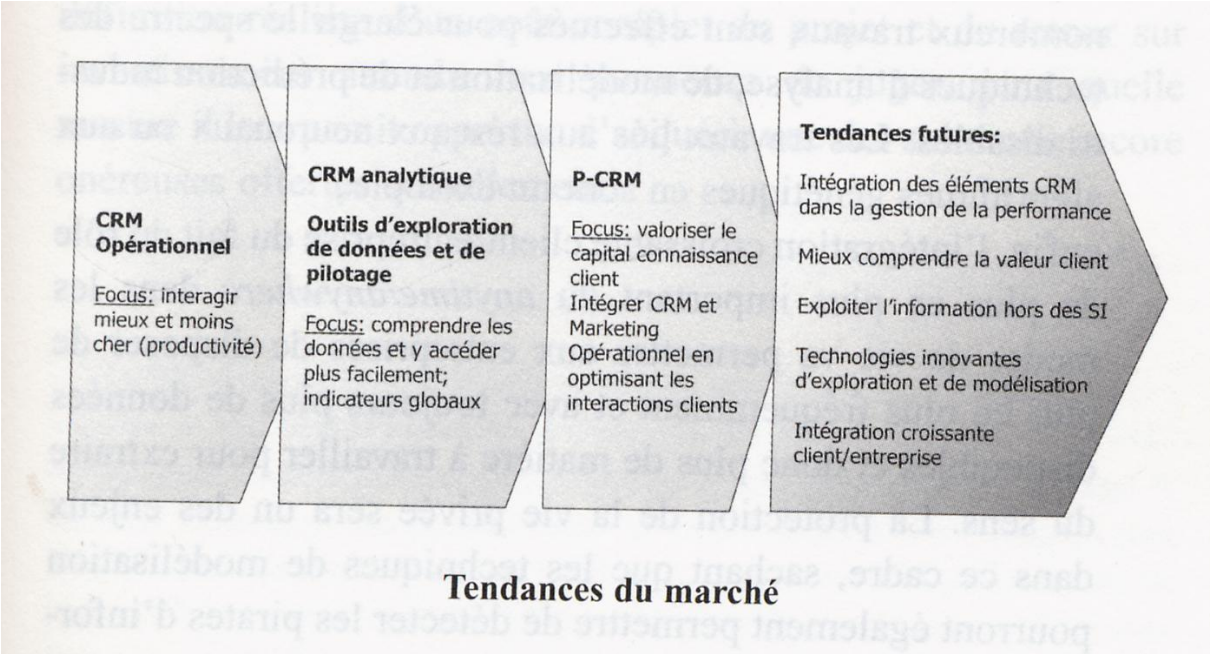
❷**GRC analytique** : analyses et traitements des données :
Il existe 3 domaines d'activité :

- **Modélisation** : dans le but de construire des modèles de comportement des clients, des modèles de segmentation et de typologie et de construire des modèles de prévision (Predictive-CRM, voir score RFM sur fiche client) Ces modèles seront ensuite exploités par le module fonctionnel opérationnel et permettra d'identifier les clients à risque ou les clients à forte opportunité



La démarche P-CRM

P-CRM : aujourd'hui la P-CRM devient une fonction de plus en plus indépendante. Elle est basée sur une bonne connaissance des données clients et permet de modéliser leur comportement et de prévoir leur réaction



Tendances du marché

- **Segmentation et typologie** : Construction typologique à partir de l'analyse et du traitement des data-warehouses

- **Simulation** : simulation de campagne de marketing avec calculs des résultats prévisionnels
- **Scoring** :

Scoring de fidélisation	Scoring d'attrition	Scoring de conquête
En ventes croisées (cross-selling), ou ventes aditionnelles (up-selling), vous sélectionnez une cible de clients et vous proposez à vos clients un ensemble de produits complémentaires	Vous indique la probabilité qu'un abonné ou client passe à la concurrence ou résilie son abonnement ou ses contrats	Vous indique les prospects les plus susceptibles de devenir vos clients

•

❸**GRC collaborative** : Intégration de toutes les interactions quels que soient les canaux de communication utilisés Echange, synchronisation et partage des informations sur les clients, l'organisation du travail…entre les différents services de l'UC. Gérer toutes les interactions des différents canaux de communication utilisés en interne ou en externe (par exemple portail CRM, agenda partagé….). Echanges interactifs entre le personnel, entre l'UC, ses clients et ses fournisseurs. Accès sécurisé et personnalisé au portail WEB de l'UC pour les clients, les fournisseurs, les employés et autres partenaires de l'UC
Exemple : people soft Portal est un Portai d'entreprise qui permet aux collaborateurs d'accéder aux informations sur les produits, qui les concernent

Au total une solution GRC peut comprendre une cinquantaine de fonctions

(résumé diaporama)

Il existe 2 sortes de solutions informatiques de GRC :

- **Logiciel de GRC intégré** : (Suite CRM) : c'est une solution qui propose beaucoup de fonctions.

Avantages	Inconvénients
- Moins complexe à installer - Toutes les fonctions sont compatibles entre-elles - Une ergonomie identique - Une approche « tout en un » qui perturbe moins le personnel de l'entreprise	- Ce n'est pas toujours le meilleur produit pour l'ensemble des fonctions

- **Logiciels de GRC indépendants en fonctions** : chaque fonctions est gérer par un logiciel spécialisés qui ne provient par toujours du même fournisseur

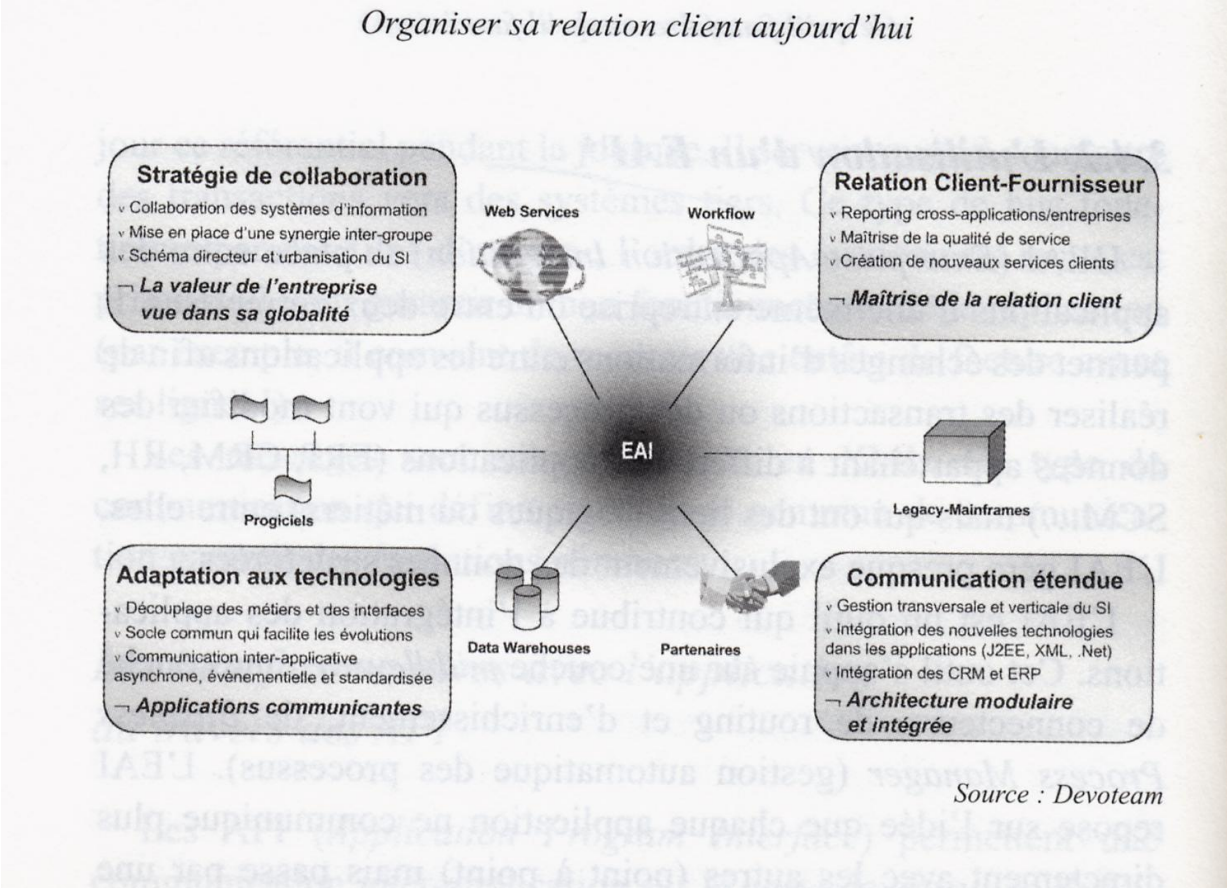
Avantages	Inconvénients
- Choix du meilleur logiciel pour la fonction souhaitée - Les logiciels peuvent évoluer séparément	- Une intégration plus difficile pour faire communiquer les produits entre-eux - Des évolutions séparées des différents logiciels - Une architecture technique complexe à installer et à maintenir - Des ergonomies souvent très différentes

On constate aujourd'hui une grande hétérogénéité des applications qui traduit la faiblesse des directions informatiques face aux directions marketing !!!
La meilleure solution organisationnelle est de créer une direction GRC qui chapote les services marketing, vente et services (sav, dépannages, livraisons…)

Conclusion : Logiciel de GRC, BDD et canaux de communication ne SONT QUE DES OUTILS !!!!

Remarque : l'EAI

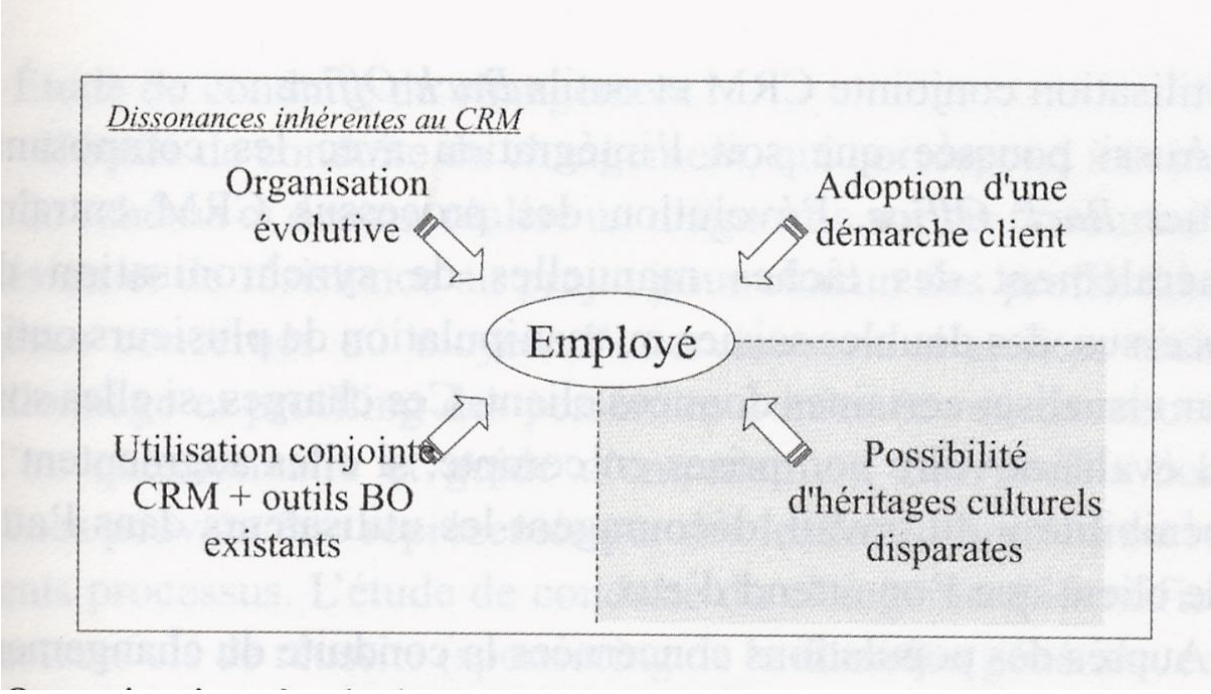
L'EAI (Enterprise Application Intégration) est une couche logicielle qui se place entre des applications d'une même entreprise ou entre deux entreprises**. Il permet l'échange d'informations entre les applications**



3 Les conséquences organisationnelles de la mise en place d'une solution de GRC

Mise en place d'une GRC → Des changements très perturbants dans l'organisation du travail

La mise en place d'une solution de GRC perturbe l'entreprise. La mise en place d'une solution GRC doit être accompagnée et soutenue par la direction générale car la GRC est plus qu'un ensemble d'outils informatiques : **c'est un état d'esprit** et par nature il est difficile de changer
Il existe **4 principales sources de résistance** à la mise en place d'une solution GRC :



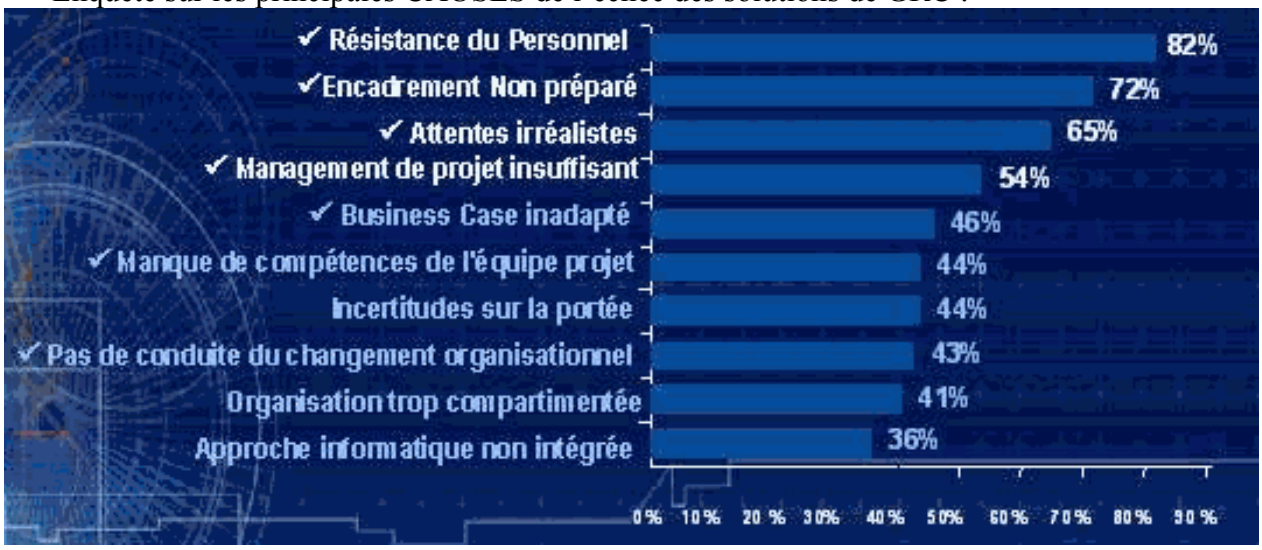
- **une organisation évolutive** : une solution GRC est par nature évolutive dans ses processus, son organisation et sa technologie : cette évolution doit coller aux aspirations de la clientèle → **perturbation des employés**

- **adoption d'une démarche client** : c'est un état d'esprit qui place le client au cœur de l'entreprise → **les employés doivent développer de nouvelles compétences relationnelles et techniques**

- **liaison avec les services de back office** : il faut partager et mutualiser les informations → **réticences des employés qui semblent perdre une partie de leur pouvoir**

- **des héritages culturels disparates** : toutes les UC d'un même réseau ne partagent pas les mêmes valeurs → **difficultés d'harmoniser les procédures entre les différentes UC du réseau**

Enquete sur les principales CAUSES de l'échec des solutions de GRC :



4- Les principales solutions sur le marché

ON PEUT COMMENCER PAR DES SOLUTIONS SIMPLES à base de logiciels horizontaux (word, excel, access…)

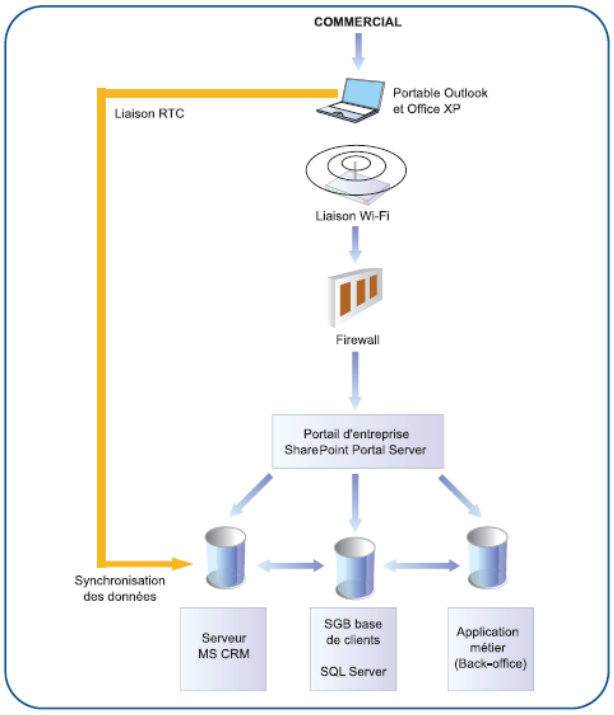
Mais il existe des logiciels spécialisés :

- les suites CRM globales :PEOPLE SOFT 8 CRM
- les suites CRM globales : SIEBEL 7
- les suites orientées analytiques : SAS
- les suites orientées « collaboratif » : VIGNETTE
- Les solutions CRM spécialisées : E- DEAL (automatisation des forces de ventes)
- Les solutions CRM spécialisées : SATIS CRM (e-CRM opérationnel et interactif

5- La gestion des risques

Protection des données

- Anti spyware
- Anti virus
- Protocoles de sécurisation des E Mail
- Gestion des droits d'accès
- Modes d'accès aux données : lecture / écriture
- Gestion des accès nomades
- Procédures de sauvegarde des données
- Consignes d'utilisation par les collaborateurs de l'UC et des stagiaires
- Secret professionnel relatif aux données sensibles clients / entreprise


COMMERCIAL
Portable Outlook
et Office XP
Liaison RTC
Liaison Wi-Fi
Firewall
Portail d'entreprise
SharePoint Portal Server
Synchronisation
des données
Serveur
MS CRM
SGB base
de clients
SQL Server
Application
métier
(Back-office)