

Qu'est-ce qu'un CRM?

par Fleur-Anne BLAIN (fablain.developpez.com)

Date de publication : 18/04/2007

Dernière mise à jour :

Ce tutoriel a pour but de vous présenter ce qu'est un Gestionnaire de Relation Client (GRC), plus communément appelé Customer Relationship management (CRM), à travers ses principales fonctionnalités.

Introduction

I - Définition d'un CRM

II - Principales fonctionnalités d'un CRM

II-A - Le module "vente"

II-B - Le module "marketing et analyse"

II-C - Le module "gestion et organisation"

II-D - Le module "services"

III - Comparatif des principaux CRM étudiés

Conclusion

Liens utiles

Remerciements

Introduction

Associées aux techniques de marketing modernes, les entreprises ne peuvent plus échapper aux technologies et outils du moment à savoir dans notre cas les **Gestionnaires de Relation Client (GRC)** dont le terme le plus couramment utilisé est **CRM** pour **Customer Relationship Management**.

Dans un premier temps, nous allons définir ce qu'est un CRM. Puis, nous verrons en détail les principales fonctionnalités de cet outil. Enfin, nous observerons les différents acteurs du marché des CRM à travers les fonctionnalités principales retenues.

I - Définition d'un CRM

Un **CRM**, soit **Customer Relationship Management** ou encore **GRC** pour **Gestion de la Relation Client**, est un outil révolutionnaire dans le domaine du marketing. En effet, un CRM dépasse l'approche marketing traditionnelle focalisée sur la relation entre un produit/service et son client ou encore la notoriété et l'image de marque. Grâce aux nombreuses fonctionnalités offertes par le CRM telles que la **gestion des prospects, gestion des clients et de leurs achats, de reporting**,... Il est possible pour l'entreprise de **personnaliser l'offre**, sous forme de publicités ou encore d'e-mails afin de fidéliser un maximum le client, d'améliorer leur satisfaction et par la même occasion d'accroître l'efficacité des employés et par conséquent d'augmenter les ventes.

II - Principales fonctionnalités d'un CRM

Cette étape est en fait une étude comparative de certains logiciels de CRM. Elle permet d'en dégager les modules principaux : " **Vente** ", " **Marketing/Analyse** ", " **Gestion/Organisation** " et un dernier qui se nomme généralement " **Services** ", ainsi que les fonctionnalités nécessaires à un CRM complet.

(*): La suite des éditeurs étudiés est la suivante: Microsoft, Aspaway, Cegid, Eudoweb, Hyperion (anciennement Brio Software), Neolane, Nextapplication, Oracle, Sage CRM solutions, Salesforce, SAP, Selligent, Siebel et Terrasoft. Je ne donnerai que le nom des éditeurs étudiés car certains ont plusieurs CRM à leur actif en fonction du type d'entreprise ciblée, plus particulièrement sa taille et donc ses besoins.

Nous verrons donc ici le descriptif des différents modules cités.

II-A - Le module "vente"

Le module "vente" permet de gérer tout ce qui se rapporte à une vente et, plus particulièrement dans notre cas, la gestion de relation client. Ceci en vue de permettre aux entreprises de prévoir, d'analyser et donc ensuite de pouvoir fixer des plans marketing destinés à leur clients. Ce module prend en compte les fonctionnalités suivantes :

- La **gestion des contacts**(clients et/ou prospects) à travers un système de fiche qui regroupe toutes les informations d'un client ou prospect (nom, prénom, adresse, age, profession, adresse e-mail, etc.). Il doit également être possible de relier les contacts entre eux (parrainage, plusieurs fiches contacts, même famille, etc.).
- La **gestion des doublons**, c'est à dire la gestion de l'unicité des informations pour une meilleure qualité de celles-ci.
- La **gestion des opportunités**, qui permet aux équipes des ventes de collaborer et de conclure les affaires plus rapidement. Par exemple, en offrant la possibilité de mettre à jour les informations relatives aux contrats, d'assurer le suivi des événements jalons, des opportunités et d'enregistrer toutes les interactions relatives aux opportunités à partir d'un point unique.
- La **gestion des processus de vente** complets à travers des formulaires : devis, commande, livraison, retour, avoir, facture, etc.
- Un **catalogue** de produits et les tarifs multiples de façon centralisés afin d'augmenter la cohérence, d'offrir un accès aisé aux données produites et aux informations de tarification précises.
- La **planification des ventes** c'est à dire la programmation des actions et opérations de vente à mener, les objectifs, les moyens à mettre en #uvre, les durées, etc.
- La **gestion des comptes**, à savoir la gestion de toutes les données de compte client, notamment les informations concernant les contacts, les organigrammes des clients, le rôle joué par chaque contact dans la relation commerciale, les documents utiles, les partenaires impliqués dans le compte, etc.
- La **gestion des contrats**, c'est à dire la gestion de l'ensemble du cycle de vie client, de l'approbation d'un contrat à son renouvellement.

Ci-dessous le résumé des fonctionnalités principales d'un CRM concernant le module "vente":

Fonctionnalités	Détails
Gestion contacts(clients, prospects)	Fiche qui regroupe toutes les informations d'un client ou prospect (nom, prénom, adresse, mail,etc.). Liaisons entre contacts possibles.
Gestion doublons	Gestion de l'unicité des informations pour une meilleure qualité de celles-ci
Gestion des opportunités	La gestion des opportunités permet aux équipes des ventes de collaborer et de conclure les affaires plus rapidement. Par exemple, en offrant la possibilité de mettre à jour les informations relatives aux contrats, d'assurer le suivi des événements jalons des opportunités et d'enregistrer toutes les interactions relatives aux opportunités à partir d'un point unique
Gestion processus de vente	Gestion du processus de vente complet à travers des formulaires: devis, commande, livraison, retour, avoir, facture,etc.
Catalogue produits	Gestion des catalogues produit (volumineux) et les tarifs multiples de façon centralisée afin d'augmenter la cohérence, offrir un accès aisé aux données produit et aux informations de tarification précises.
Planification ventes	Programmation des actions et opérations de vente à mener, objectifs,moyens, durées,etc.
Gestion comptes	Gestion de toutes les données de compte client, notamment les informations concernant les contacts, les organigrammes des clients, le rôle joué par chaque contact dans la relation commerciale, les documents utiles, aux partenaires impliqués dans le compte, etc.
Gestion contrats	Gestion de l'ensemble du cycle de vie client, de l'approbation d'un contrat à son renouvellement.

II-B - Le module "marketing et analyse"

Le module "marketing et analyse" permet aux entreprises d'étudier les comportements des clients, d'envoyer leurs offres (publicitaires et promotionnelles en général) grâce à divers moyens de communication, de gérer tout ce qui englobe la relation commerciale. Le module "marketing et analyse" prend en compte les fonctionnalités suivantes :

- Le **Mailing**, soit l'envoi en nombre d'un document. Le mailing est dit " personnalisé " si on utilise des champs pour modifier le message en fonction du destinataire. En général, utilisé avec une liste d'adresses de diffusion.
- L'**e-mailing**, qui est l'équivalent électronique du marketing direct, consistant à prospecter et/ou fidéliser ses clients, via l'émission groupée et automatique de courriels (e-mails).
- Le **faxing** et les **SMS** pour effectuer du publishing par ces deux modes de transmissions.

- Un **requêteur** complet, c'est à dire un système qui permet de réaliser des requêtes de manière aisée (sans connaître le langage SQL ou QBE spécifique aux bases de données), à travers une interface ergonomique.
- La **gestion de documentation commerciale/marketing** qui permet la création et enregistrement de documentations commerciales/ marketing types.
- La **veille concurrentielle**, soit la surveillance des forces et des faiblesses de l'organisation, de l'entreprise, de la fabrication, des coûts, etc., en comparaison avec la concurrence.
- La **gestion des territoires commerciaux**, c'est à dire la gestion de la répartition des représentants ou commerciaux sur les territoires.
- La **gestion WEB**, c'est à dire la gestion du contenu, du nombre de visites, du chemin parcouru par le client sur le site Internet.
- Le **reporting/Etat**, c'est à dire la gestion du contenu d'un rapport/état avec la possibilité de modèles. Ces rapports/états sont imprimables.
- La **gestion call center**, soit la gestion d'appels téléphoniques, récupération d'informations, etc.
- La définition de **règles de workflow**, à savoir la transmission automatique d'informations (documents, e-mails, pop-up, etc.) au sein d'une entreprise, en fonction de ses processus métiers.
- Des **analyses, statistiques** et **graphiques** (histogrammes, camemberts, etc.) doivent pouvoir être générés.

Ci-dessous le résumé des fonctionnalités principales d'un CRM concernant le module "marketing et analyse":

Fonctionnalités	Détails
Mailing	Envoi en nombre d'un document. Le mailing est dit personnalisé si on utilise des champs pour modifier le message en fonction du destinataire. En général, utilisé avec une liste d'adresses de diffusion.
E-Mailing	L'e-mailing est l'équivalent électronique du Marketing Direct, consistant à prospecter et/ou fidéliser ses clients, via l'émission groupée et automatique de courriels (e-mails).
Faxing	Publishing par fax.
SMS	Publishing par SMS
Requêteur complet	Système permettant de réaliser des requêtes de manière aisée, à travers une interface ergonomique.
Documentation commerciale marketing	Création et enregistrement des documentations commerciales/marketing types.
Veille concurrentielle	Surveillance des forces et des faiblesses de l'organisation, de l'entreprise, de la fabrication, des coûts, etc., en comparaison avec la concurrence.
Gestion territoires commerciaux	

	Gestion de la répartition des représentants ou commerciaux sur les territoires.
Gestion WEB	Gestion du contenu, du nombre de visite, des pages visitées, etc.
Reporting/Etat	Gestion du contenu d'un rapport/état. Possibilité d'impressions.
Gestion call center	Gestion appels téléphoniques, récupération d'informations, etc.
Règles de workflow	Définition du système de workflow, à savoir la transmission automatique d'informations (documents, e-mails, pop-up, etc.) au sein d'une entreprise, en fonction de ses processus métiers
Analyse Stat/Graphique	Génération possible des résultats sous forme de graphique, histogramme, camembert. Possibilité de générer des statistiques en fonction des critères de l'entreprise.

II-C - Le module "gestion et organisation"

Le module "gestion et organisation" contient tout ce qui permet à l'entreprise de gérer, suivre et organiser tous ses documents. Ce module prend en compte les fonctionnalités suivantes :

- La **gestion de documents** (privés accessibles selon certains droits et publics accessibles par tous).
- Le **suivi/historique des tâches**, c'est à dire des informations de suivi (trace) des opérations effectuées sur les événements et les applications reliées.
- L'**import/export** (en une seule fois) de données contenues, ou à ajouter à une base de données.
- Un **tableau de bord**, c'est à dire d'un gestionnaire ou d'un décideur présentant des indicateurs permettant de suivre et d'anticiper le fonctionnement et l'activité de l'entreprise ou du service.
- Une **messagerie électronique**, à savoir un système permettant l'envoi et/ou la réception de courrier électronique.
- Un **agenda** (public, privé) est un outil qui permet d'associer des actions à des moments, et d'organiser ainsi son temps (alertes possibles).
- Des **alertes**, soit un type de messages visant à informer un/des utilisateurs (en général, suite à une modification d'informations de base de données).
- La **gestion de pièces jointes** est la possibilité d'associer une pièce jointe de tous types (image, photo, vidéo, audio) à un compte, un contact, un produit, etc.

Ci-dessous le résumé des fonctionnalités principales d'un CRM concernant le module "gestion et organisation":

Fonctionnalités	Détails
Gestion documents (privés,publics)	Possibilité de stocker des documents (privés ou publiques)

Suivi/historique des tâches	Informations de suivi (trace) des opérations effectuées sur les événements et les applications reliées
Import/Export	Importer/Exporter (en une seule fois) des données contenues dans une base de données
Tableaux de bord	Le tableau de bord d'un gestionnaire ou d'un décideur présente des indicateurs permettant de suivre et d'anticiper le fonctionnement et l'activité de l'entreprise ou du service.
Messagerie électronique	Système permettant l'envoi et/ou la réception de courrier électronique
Agenda (public, privé)	Outil permettant d'associer des actions à des moments, et d'organiser ainsi son temps (Alertes possibles)
Alertes	Types de messages visant à informer un/des utilisateurs (en général, suite à une modification d'informations de base de données)
Gestion pièces jointes	Possibilité d'associer une pièce jointe de tous types (image, photo, vidéo, audio) à un compte, un contact, un produit, etc.

II-D - Le module "services"

Le module service est composé de tous les services types proposés par les éditeurs de CRM. C'est dans ce type de fonctionnalités que les CRM se différencient. Ce module se compose des fonctionnalités suivantes :

- La **gestion des commissions/primes** en fonction de critères d'analyses et de récompenses, fixés par l'entreprise.
- La **gestion multilingue et multidevise**, c'est-à-dire que le logiciel est disponible en plusieurs langues et plusieurs devises.
- Un **moteur de recherche** permettant de trouver des documents ou informations sur mots clefs.
- La **gestion droits utilisateurs**, c'est à dire la définition de profils utilisateurs possibles, en fonction de leur droit d'accès à l'information, de leur statut hiérarchique et donc niveau de responsabilité.
- La **gestion filiales/partenaires**, à savoir la définition de règles de gestion concernant les filiales/partenaires: partage des données, partage des catalogues et documentations, etc.
- La **mobilité**, c'est à dire la possibilité d'accès au CRM sur PC portable, pocket PC ou autres et par conséquent à distance.
- L'**utilisation offline**, soit la possibilité de réaliser des opérations lorsque la connexion à Internet ou le CRM ne sont pas actifs.
- La **personnalisation**, c'est à dire la possibilité en fonction du domaine de l'entreprise de personnaliser, de paramétrer le CRM (au niveau champs, formulaires, vues, règles de gestion, etc.)

- **Autres logiciels** : la possibilité d'associer le CRM à d'autres logiciels déjà disponibles, la plupart de temps au minimum de le pack Office de Microsoft (Excel, Word, etc.).

Ci-dessous le résumé des fonctionnalités principales d'un CRM concernant le module "services":

Fonctionnalités	Détails
Gestion commission/primes	Gestion automatique des commissions/primes en fonction de critères définis par l'entreprise.
Gestion multilingue	Disponibilité en plusieurs langues
Gestion multidevise	Disponibilité en plusieurs devises
Moteur de recherche	Permet de trouver des documents ou informations sur mots clefs
Gestion droit utilisateur (profil)	Définition de profils utilisateurs possibles, en fonction de leur droit d'accès à l'information, de leur statut hiérarchique et donc niveau de responsabilité.
Gestion filiales/partenaires	Définition des règles de gestion concernant les filiales/partenaires: partage des données, partage des catalogues et documentations, etc.
Mobilité	Possibilité d'accès au CRM sur PC portable, pocket PC.
Utilisation offline	Possibilité de réaliser des opérations lorsque la connexion à Internet, donc au CRM, n'est pas active
Personnalisation	Possibilité en fonction du domaine de l'entreprise de personnaliser, paramétrer le CRM (au niveau champs, formulaires, vues, règles de gestion, etc.)
Autres logiciels	Possibilité d'associer le CRM à d'autres logiciels déjà disponibles (existant) ou par exemple Office de Microsoft.

III - Comparatif des principaux CRM étudiés

Nous allons suivre la logique de module précédente, puis de fonctionnalités dans le comparatif ci-dessous:















Comparatif CRM

Conclusion

J'espère que maintenant vous en savez un peu plus concernant les CRM. C'est devenu un outil indispensable pour gérer ses clients et prospects dans le but de maximiser ses profits bien sûr!! Il existe des CRM pour tous types d'entreprises de toutes tailles, en fonction des besoins et des coûts à supporter que cela génère. Impossible donc qu'il n'y ait pas un éditeur pour vous satisfaire.

Liens utiles

Liste des éditeurs de CRM étudiés, par ordre alphabétique:

-  **Aspaway**
-  **Cegid**
-  **Eudoweb**
-  **Hyperion (anciennement Brio Software)**
-  **Microsoft CRM Dynamics 3.0**
-  **Neolane**
-  **NextApplication**
-  **Oracle**
-  **Sage**
-  **Salesforce**
-  **SAP**
-  **Selligent**
-  **Siebel**
-  **Terrasoft**

Autre tutoriel:

-  **Microsoft CRM 3.0 Professional Edition: Installation server**

Remerciements

Je remercie **Titoumimi** et **Bidou** pour leurs précieuses relectures.

