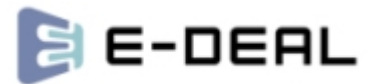


# LES DERNIERES NOUVELLES D'ALSACE



Toute l'information client à 2 clics de la fiche client, un outil au service de l'action commerciale et du management !

## **DNA** DERNIERES NOUVELLES D'ALSACE

Diffusé quotidiennement à 186 000 exemplaires, lu par près de 570 000 lecteurs chaque jour, le journal « Les Dernières Nouvelles d'Alsace » est le premier quotidien de la région Alsace.

Réunissant 22 éditions dont 5 bilingues, les DNA font partie des rares quotidiens français à compter 87 % d'abonnés servis chaque matin à domicile avant 7 heures par un réseau de 1800 porteurs.

Avec pour objectifs la nécessité de mieux connaître les potentialités du marché (clients et prospects) et d'accompagner et de mémoriser l'action commerciale de la force de vente des DNA, le projet CRM « IPAC » (Information Pour Action Commerciale) reposant sur E-DEAL CRM s'est axé sur le marché des annonceurs qui représente 54 M€ de chiffre d'affaires.

L'activité quotidienne des chargés de compte DNA consiste non seulement à fidéliser les clients mais aussi à prospecter les annonceurs potentiels présents sur le bassin de lectorat du journal afin de leur apporter des solutions de communication en presse, en prospectus et sur le web.

Par nature, ces commerciaux sont amenés à se déplacer et sont donc en situation de mobilité.

### Secteur d'activité

Communication, Événementiel, Media

### Chiffres Clés

Effectif de 850 personnes dont 600 au siège social à Strasbourg

- 200 journalistes, 2000 correspondants

- 19 agences régionales et locales

- Force de vente de 40 personnes

- 8000 clients professionnels

Flotte de 40 commerciaux ayant généré sur la première année de mise en place d'E-DEAL CRM :

- 4000 contacts

- 3000 RDV clients

- 820 propositions

- 4200 prospects sélectionnés et attribués aux commerciaux

## LA SOLUTION E-DEAL CRM

Objectifs :

- Développer les portefeuilles en normalisant les processus de prospection sur la base de scénarios types « découverte/proposition »
- Améliorer l'organisation personnelle afin d'optimiser la productivité commerciale
- Passer d'une gestion de comptes dite de « facturation » à une gestion orientée « Client » (Capitaliser, centraliser et partager l'information client)
- Aider les managers à mieux accompagner et à évaluer plus objectivement l'activité des forces de ventes (Aide à l'organisation du travail, rapports et outils d'évaluation pour le management)

Environnement :

- - OS serveur : Red Hat Linux AS 3
- - Serveur d'applications : Tomcat 5
- - Serveur Base de données : Oracle 10g
- - PDA : Marque HP série HX2400

### Modules choisis



E-DEAL Sales



E-DEAL Mobile Access

### Intégrateur

DNA

## TEMOIGNAGE

"E-DEAL CRM est installé et est opérationnel. Nous avons progressé par rapport à la vision de départ que nous avions du projet. Le système fonctionne et la majorité des utilisateurs a franchi les 3 premières étapes :

- qualification de la base de données clients
- gestion des agendas
- mémorisation des actions

A court terme, les managers sont les bénéficiaires du système car le système d'information E-DEAL CRM permet de mieux suivre les commerciaux et de piloter plus finement l'action.

- Développement et prospection :

Nous avons effectué un premier import de 204 000 prospects, et ce sont 400 nouveaux prospects qui viennent s'ajouter chaque semaine à la base CRM. Des listes de prospection avec des filtres spécifiques sont construites dans E-DEAL CRM et affectées aux commerciaux.

- Connaissance client :

L'information client est désormais située à 2 clics de la fiche client. Capitalisée, partagée et accessible rapidement, elle est mieux traitée. En effet, après une étape de Siretage complète de notre base de 8000 clients, notre connaissance client est accrue et est enrichie des actions terrains renseignées dans la base.

- L'accompagnement humain :

Nous avons mis en place des suivis précis des activités de renseignement d'E-DEAL CRM par les commerciaux (génération automatique de comptes rendus d'activité, édition de rapports sur Business Objects). Ces relevés nous permettent d'évaluer les progrès réalisés par les utilisateurs dans le système ainsi que leur adhésion.

L'équipe fonctionnelle du projet s'est fortement investie en accompagnant les équipes tout au long du projet par :

- l'assistance téléphonique

- la formation en salle

- la formation ad hoc pour les « cas particuliers » qui peuvent encore montrer des résistances à l'usage de l'outil informatique

- l'édition et diffusion de fiches pocket avec aide

Ces moyens ont été déployés en collaboration avec le cabinet FYM Conseil en charge de la formation des commerciaux depuis plusieurs années.

Démarré il y a 2 ans, notre projet atteint au fur et à mesure les objectifs que nous nous étions fixés. Mais nous avons aussi pris conscience d'être entrés dans une dynamique d'apprentissage qui à chaque étape nous confronte aux réalités du management commercial et nous oblige à les revalider :

- bien connaître et mieux comprendre les clients et les prospects

- formaliser les scénarios commerciaux

- orienter nos actions et les évaluer (quanti et quali)

La souplesse de paramétrage et d'utilisation d'E-DEAL CRM devrait nous permettre cette adaptation.

**Alexis LORTHIOIS & Michel FRIZ**

Chef de projet fonctionnel & Directeur Commercial en charge du marché Annonceurs