

COM-002: Formation des Utilisateurs

Abidjan: du 05 Mars au 08 Mars



Dakar: du 09 Mars au 14 Mars



Douala: du 05 Mars au 09 Mars



Agenda Formation Utilisateurs (End Users)



Jour 1

Jour 2

Jour 3

Jour 4

La matinée

- De 09h30 à 11h30
 - Introduction au CRM

La matinée

- De 09h00 à 10h30
 - Gestion des activités
- De 10h30 à 12h00
 - Gestion des opportunités
 - Géolocalisation

La matinée

- De 09h00 à 10h30
 - SAV
- De 10h30 à 13h30
 - Marketing

La matinée

- De 09h30 à 12h30
 - Ateliers dans des conditions de travail

L'après-midi

- De 14h00 à 16h30
 - Gestion des prospects
 - Gestion des comptes
 - Manipulation & Exercices pratiques
 - Synthèse et Quizz de la journée

L'après-midi

- De 14h30 à 16h30
 - Manipulation & Exercices pratiques
 - Synthèse et Quizz de la journée

L'après-midi

- De 14h30 à 16h30
 - Autres fonctions du CRM (Objectifs et paramétrages)
 - Manipulation & Exercices pratiques
 - Synthèse et Quizz de la journée

L'après-midi

- De 14h30 à 16h30
 - Ateliers dans des conditions de travail
 - Synthèse de la mission

Contexte:

- Le projet CRM s'inscrit dans le cadre du programme de modernisation de notre système d'information et de l'optimisation de l'activité commerciale.
- Après un processus de choix de solution, le logiciel **Microsoft Dynamics 365** et l'intégrateur **HLi** ont été retenus.

Objectifs et Résultats attendus:

Pour Nos Clients

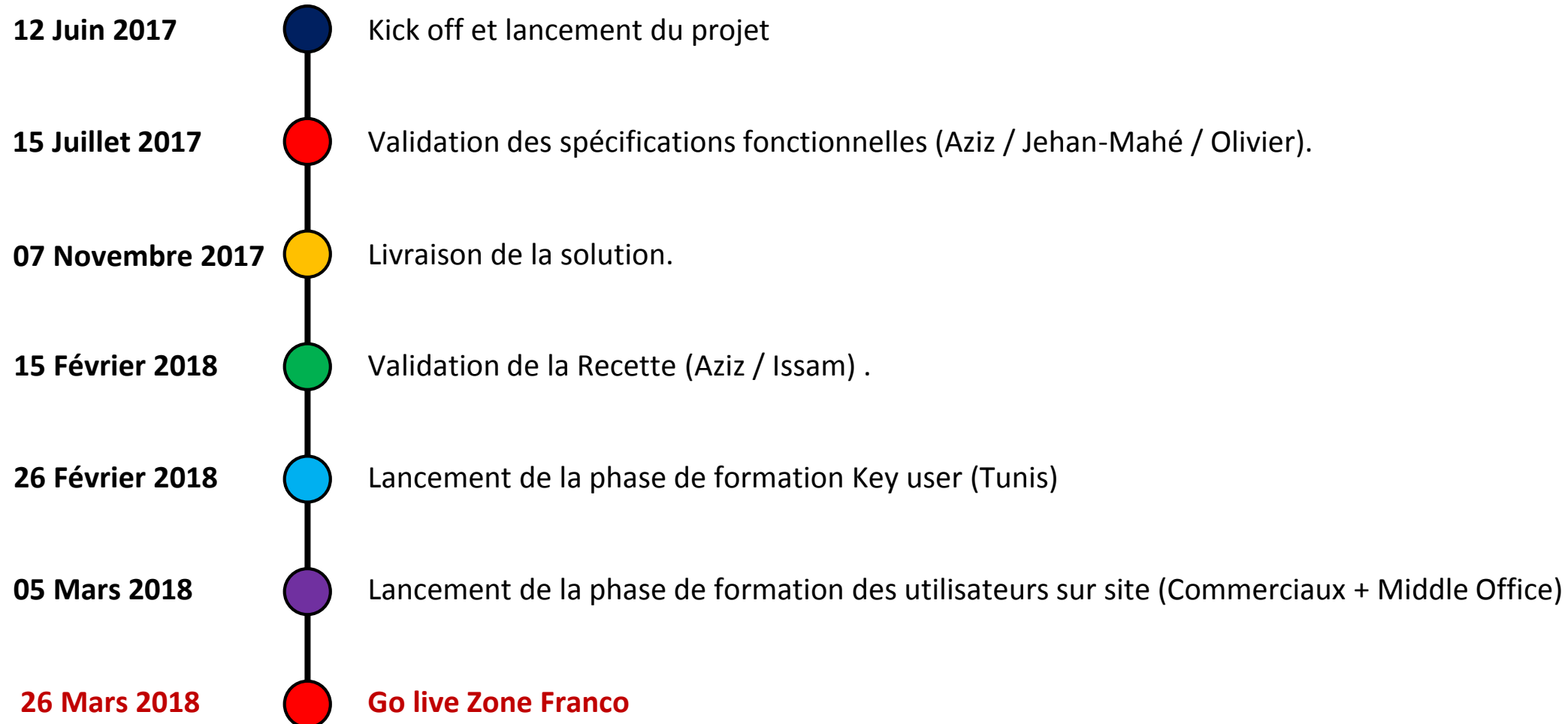
- ❑ **Traitement personnalisé** de la relation client par la centralisation des informations sur la fiche client
- ❑ Amélioration du **service après-vente** par la réduction des délais de traitement
- ❑ Amélioration de la **proximité** clientèle à travers une solution mobile

Pour Nous Alios

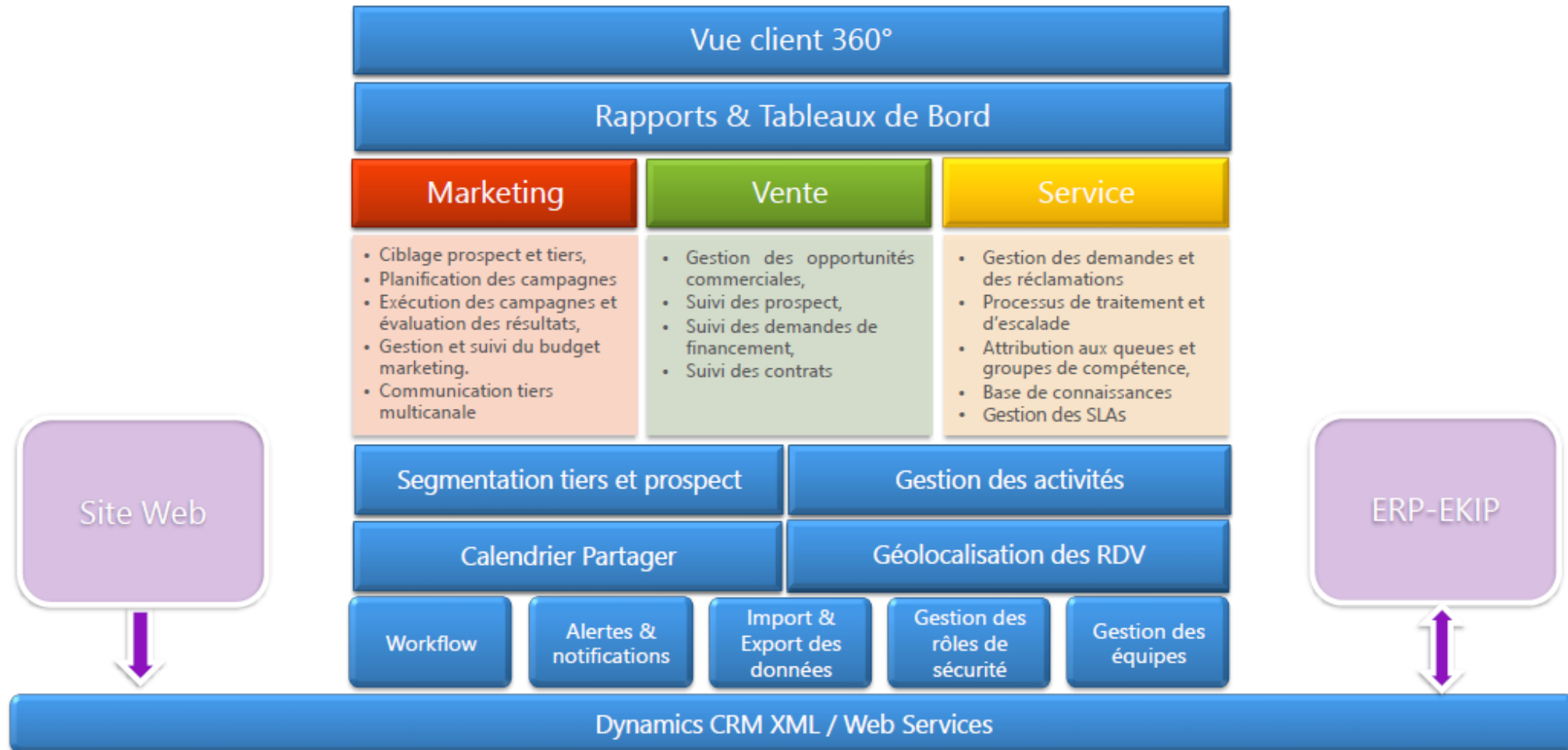
- ❑ **Amélioration des conditions de travail** des commerciaux par la centralisation de toutes les tâches sur un seul système
- ❑ **Gain de productivité** en améliorant le processus de vente
- ❑ **Meilleur ciblage et fidélisation** de la clientèle et attaquer de nouveaux segments grâce au module Marketing
- ❑ Amélioration des outils de Reporting et de **pilotage de l'activité commerciale**

Timeline projet CRM

- Le projet CRM a initialement été planifié sur 10 mois pour un Go live au mois de Février 2018, pour enfin être décalé d'un mois en raison de l'indisponibilité des ressources commerciales en AO pour des considérations de passation.



Solution cible



1. Création tiers

Tous les tiers **prospects** devront obligatoirement être créés à partir du CRM. Seuls les tiers pour lesquels une opportunité a été validée seront exportés automatiquement vers EKIP. Un tiers doit obligatoirement avoir un contact renseigné et rattaché.

5. Création contrat

Tous les contrats (enveloppe inclus) devront être initiés dans le CRM. Pour cela l'utilisateur devra créer une opportunité puis la valider dans le CRM pour obtenir un ID OPPORTUNITE qui devra obligatoirement être renseignée dans EKIP pour la création d'une affaire.

2. Modification tiers

Pour tous les tiers qui auront été exporté vers EKIP, les modifications devront être faites dans EKIP. Seuls les informations de contacts seront librement modifiable dans les 2 systèmes avec une mise à jour instantanée.

6. Modification contrat

Une fois, l'opportunité lancée il n'est plus possible ni de l'annuler ni de la modifier dans le CRM. Toute modification / annulation devra être saisie dans EKIP et sera reflétée quasi-instantanément dans le CRM.

3. Contrôle tiers

Des règles de détection de doublon ont été paramétrées dans le CRM pour alerter sur l'existence d'un potentiel doublon. Ce contrôle n'est cependant pas bloquant. Les règles étant:

- **PP/PL:** Nom (3 premières lettres) et Prénom (3 premières lettres) et Date de naissance et Sexe et CIN ou N° de passeport ou N° carte de séjour
- **PM:** Nom (10 premières lettres et 10 dernières lettres) ou Sigle (identique) ou N° téléphone ou N° registre de commerce et capitaux mobiliers (RCCM) ou N° Identification fiscale.

4. Création opportunité

La création d'une opportunité nécessite la planification d'une activité (e-mail, appel téléphonique, visite..) dont la date d'échéance est postérieure à la date de création de l'opportunité.

7. S.A.V

Tous les demandes / réclamations des clients doivent obligatoirement être centralisées dans le CRM. Le traitement du ticket se fera cependant hors CRM. Une fois validé par le responsable MO, le ticket devra être clôturé dans le CRM.

Terme	Définition
Compte	C'est un tiers (PM, PP, PL) avec lequel nous avons une relation commerciale. Un compte peut avoir un rôle client , prospect ou fournisseur.

Terme	Définition
Contact	Une personne physique qui représente un compte ou un prospect.

Terme	Définition
Prospect	Un client potentiel pour lequel nous n'avons jamais créé d'opportunité. Les prospects seront convertis en Compte avec rôle Prospect lors de la création d'une opportunité.

Terme	Définition
Opportunité	La transcription dans le CRM d'un besoin de financement émis par le client. Une opportunité sera lancée lorsque le besoin du client est confirmé donnant lieu à la création d'une affaire sous le système EKIP.

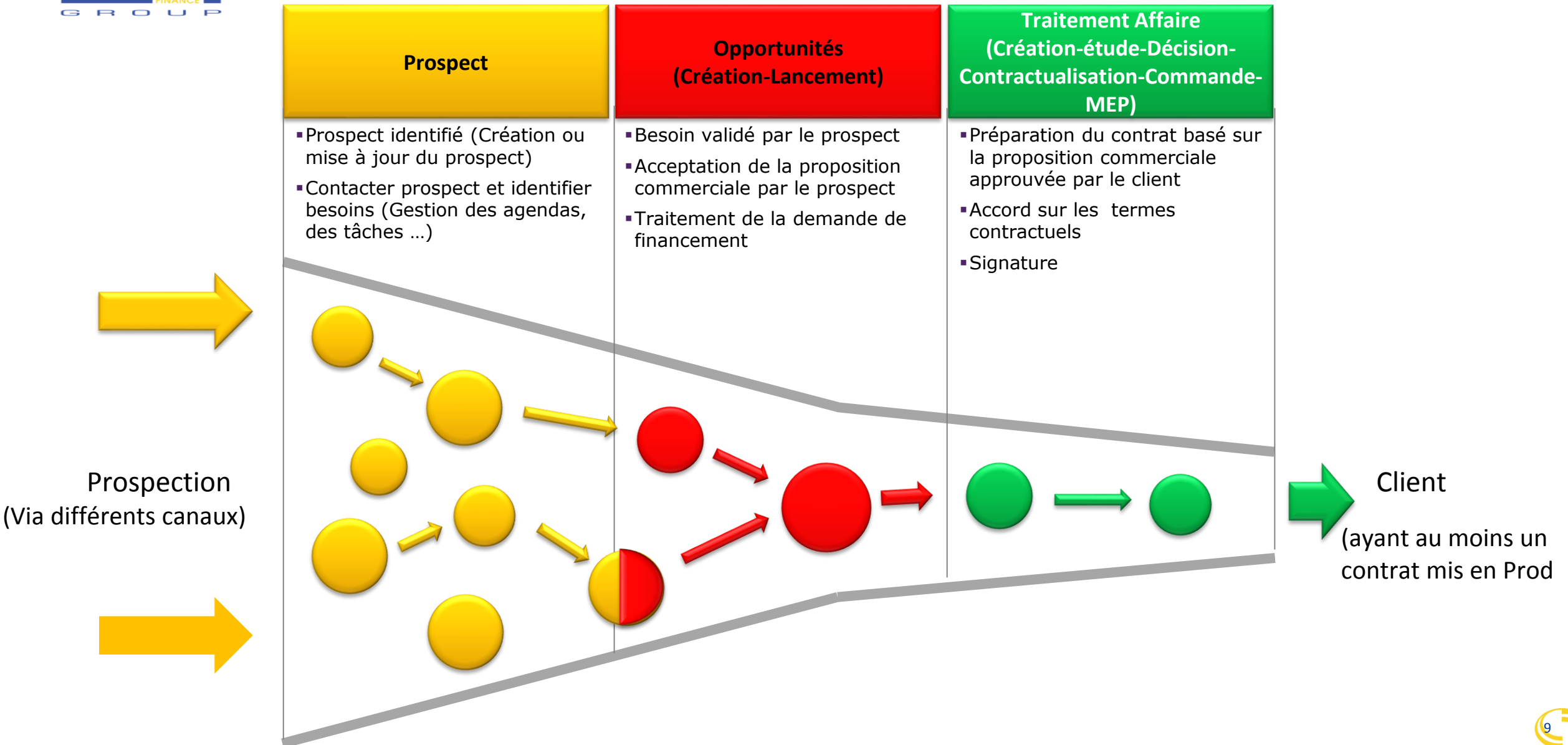
Terme	Définition
Liste Marketing	Un groupe de comptes, de contacts ou de prospects identifiés par leurs spécificités propres, potentiellement réceptif à une campagne.

Terme	Définition
Campagne	Un programme de marketing conçu pour aboutir à un résultat spécifique, comme l'introduction d'un nouveau produit. La façon principale d'accomplir ce résultat consiste à communiquer les avantages d'un produit ou d'un service à la cible. Les campagnes comprennent souvent plus d'une méthode de communication, telles que des publicités imprimées, des réductions promotionnelles et des publipostages. La campagne est constituée d'une ou plusieurs listes marketing et d'activités de campagne.

Terme	Définition
Activité de campagne	Une activité qui comprend des informations supplémentaires, spécifiques à la campagne, telles que les budgets et les noms des fournisseurs. Les activités de campagne entraînent la mise en contact d'un client via l'un des canaux, comme l'envoi d'un courrier électronique ou l'appel téléphonique. Les activités de campagne permettent de distribuer automatiquement des activités pour l'ensemble des membres des listes marketing associé

Terme	Définition
Ticket	La traduction dans le CRM d'un besoin exprimé par un client. Ce besoin peut être soit une demande soit une réclamation. Le traitement du ticket se fera hors CRM.

Marco process Commercial



Vue Globale Solution CRM – Une solution en ligne

<https://aliostest.crm4.dynamics.com/>

Gestion des Tiers

Gestion des prospects

Gestion des comptes clients

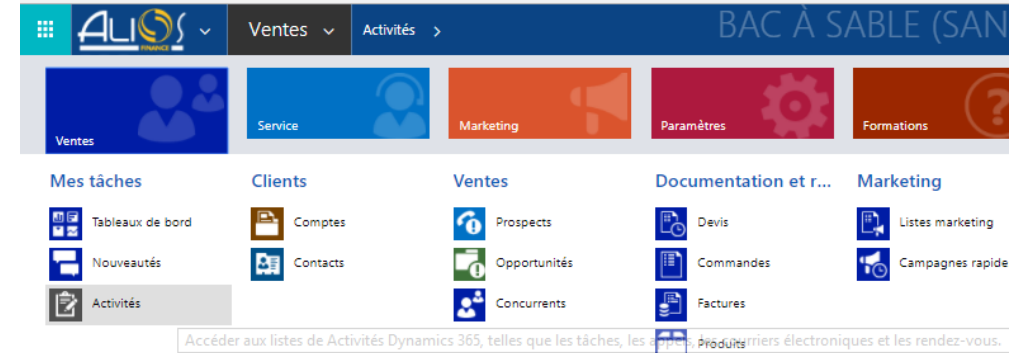
Gestion des comptes Fournisseurs

Gestion des contacts

Gestion des relations entre Tiers

➤ Dans Microsoft Dynamics 365, les **activités** sont utilisées pour effectuer le suivi de toutes les communications avec les clients. Il s'agit en l'occurrence de:

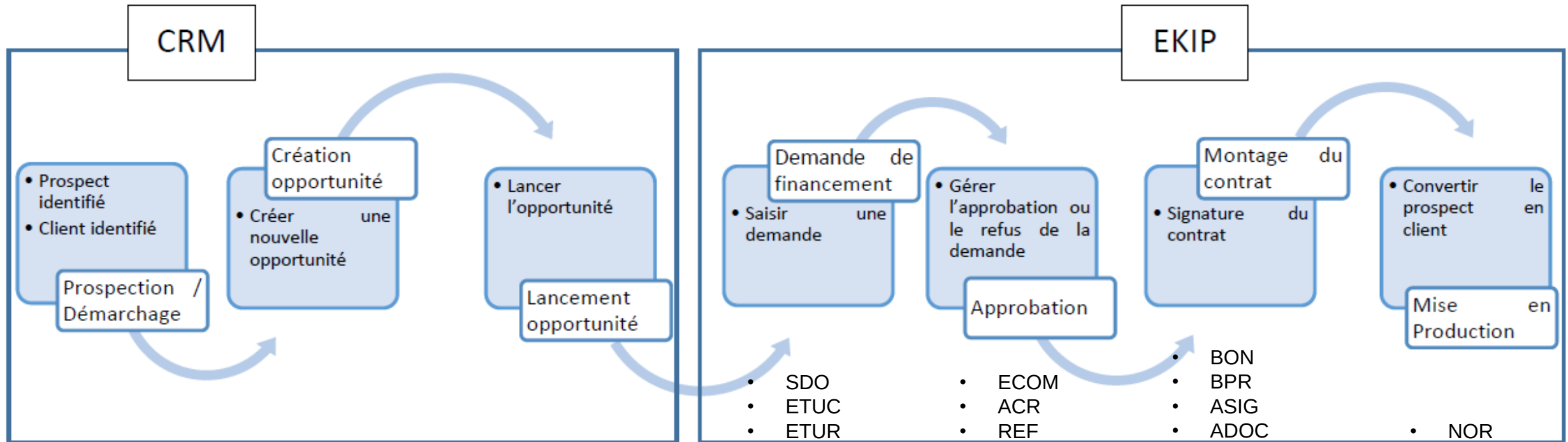
- planifier des visites
- passer des appels téléphoniques,
- envoyer des courriers électroniques,
- prendre des notes.



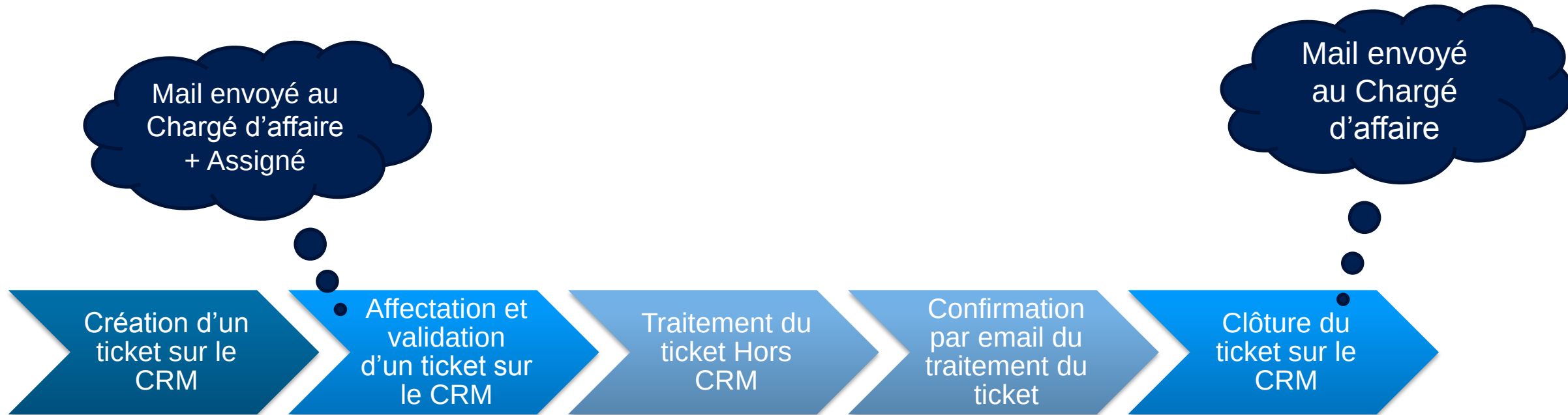
- Pour tirer le meilleur parti du CRM, il est nécessaire que tous les membres de l'organisation saisissent sur le système l'ensemble de leurs activités en relation avec le client. De cette façon, l'historique d'un client est complet.
- Également, afin d'optimiser les visites clients, un module Google Map permet de localiser autour du rendez-vous planifié l'ensemble des comptes, prospects et contacts dans un rayon que vous aurez choisi.

Gestion des Opportunités

Processus de mise en production revu



Gestion des Tickets

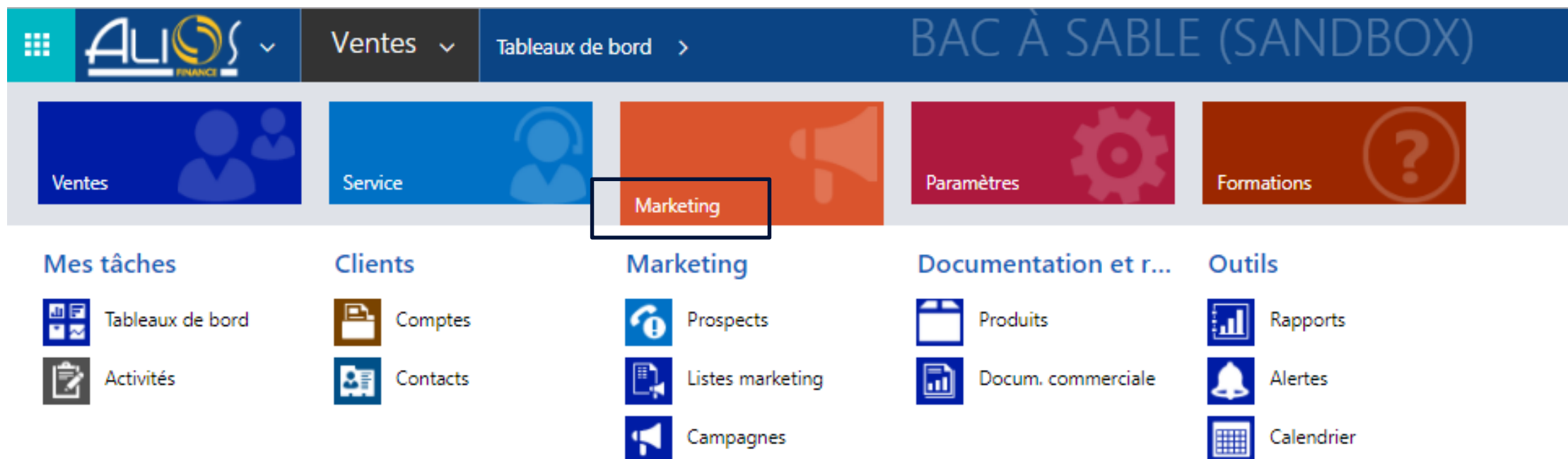


Le processus de gestion des tickets SAV se présente comme suit :

1. Réception par le RMO d'une demande client pour une opération SAV ou une réclamation (**utilisateur CRM**),
2. Le RMO crée le ticket sur CRM et l'attribue à un utilisateur (Assigné à) qui est **hors CRM** (*envoi d'un email de notifications*),
3. Une fois la demande traitée (**hors CRM**), le RMO reçoit un email de confirmation (**hors CRM**), qu'il doit obligatoirement rattacher en tant que pièce jointe au ticket à clôturer et vérifier le bon traitement de la demande.
4. Si la demande est bien traitée, le RMO SAV clôture le ticket sur CRM. (*envoi d'un email de notifications*)

Module Marketing

- Le module marketing fournit une infrastructure souple qui permet à Alios de créer, cibler et lancer des actions marketing et de suivre, gérer et d'analyser les retours sur ces actions.
- Le module contient 3 sous-modules :
 - Les listes marketing qui permettent de cibler des comptes, prospects et contacts répondant à des critères bien définis ;
 - Les campagnes marketing qui représentent des actions conçues pour aboutir à objectifs commerciaux tels que le lancement d'un nouveau produit, la diffusion d'une offre promotionnel ou le renforcement de l'image de marque ;
 - Les activités de campagne qui sont les moyens de communication retenus pour approcher les cibles (smsing, phoning, visites...) ;



The screenshot displays the Alios Finance Group software interface. At the top, a navigation bar includes the Alios logo, a dropdown menu, and tabs for 'Ventes', 'Tableaux de bord', and 'BAC À SABLE (SANDBOX)'. Below this, a row of five main modules is shown: 'Ventes', 'Service', 'Marketing' (highlighted with a red border), 'Paramètres', and 'Formations'. The 'Marketing' module is further detailed in a sub-menu below it, which includes 'Prospects', 'Listes marketing', and 'Campagnes'. Other sub-menus visible include 'Mes tâches' (Tableaux de bord, Activités), 'Clients' (Comptes, Contacts), 'Documentation et r...' (Produits, Docum. commerciale), and 'Outils' (Rapports, Alertes, Calendrier).



Merci pour votre attention

