

Renforcer sa politique de satisfaction client



En quelques chiffres...

Le Groupe Auchan, c'est :

- 1197 hypermarchés et supermarchés dans 12 pays.
- 209 000 collaborateurs
- Chiffre d'affaires : 35 milliards euros

Contexte

Personnaliser la relation en mettant en contact direct les équipes et les clients dans une politique de communication multi-canal

Enjeux

Humaniser au maximum la relation pour mieux comprendre et fidéliser ses clients.

Solution

Coheris CRM 4.0 for the web

Bénéfices

- Une meilleure réactivité
- Des délais de réponses maîtrisés
- Des clients qui se sentent valorisés
- Une base clients enrichie pour réaliser des actions de ciblage performantes

Pour atteindre un niveau de satisfaction client à ce jour inégalé dans le secteur de la Grande Distribution en Europe, Auchan France a choisi le progiciel Coheris CRM. A la clé : la gestion de toutes les interactions et opportunités de contacts avec ses clients, dans un contexte multi-canal (téléphonie, courrier, mail, Internet, contact direct en magasins). Un projet d'envergure dont l'objectif est de développer le dialogue entre toutes les équipes d'Auchan et leurs clients.

Dans un environnement où ses clients sont de plus en plus exigeants mais également plus volatiles, le groupe Auchan met tout en oeuvre pour les connaître et mieux les servir.

« Développer l'écoute de tous nos clients est une ambition majeure pour Auchan. Nous sommes convaincus que c'est de plus en plus notre agilité à comprendre et transformer les demandes des clients en produits, solutions ou services qui fera la différence » déclare Jérôme Desreumaux, Directeur de la Relation Client.



Début 2007, Auchan France décide de repenser en profondeur sa démarche globale de relation client. « Nous souhaitons personnaliser au maximum la relation en mettant en contact direct, et ce quel que soit le canal, nos équipes et nos clients » poursuit-il. Dans cette perspective, le groupe lance un appel d'offres et réalise une sélection parmi les éditeurs de progiciels CRM leaders du marché. Au terme de plus d'un an de démarche, Coheris est retenu en tant qu'éditeur et intégrateur global, pour accompagner le groupe dans la refonte complète de son architecture applicative orientée client.



« Nous avons été séduits par l'ergonomie du progiciel Coheris CRM et son ouverture à notre système d'information. Il offre une vraie flexibilité pour s'adapter à notre organisation. De plus, Coheris possède un savoir-faire et plusieurs références dans la grande distribution. Un atout capital dans notre choix », résume Frédéric Crépin, Responsable des Projets Contacts Clients au sein de la DSI.

Une méthodologie rigoureuse

Pour ce projet stratégique et d'envergure, Auchan France s'appuie entièrement sur la méthodologie de Coheris, pilotée par des professionnels de terrain et élaborée dans le cadre d'un plan qualité respecté par l'ensemble des équipes. Après une première phase d'audit puis de paramétrage et de développement des interfaces, la direction décide de tester la solution sur trois sites :

- un magasin prototype,
- Auchan.fr, la plate-forme de vente en ligne,
- le centre de contacts qui réceptionne les mails des clients et les affecte au bon interlocuteur d'un magasin ou d'un service via le progiciel Coheris CRM.

Un progiciel modulaire et multi-canal

La suite logicielle Coheris CRM est organisée autour d'une architecture modulaire.

En plus de la couche logicielle standard, comprenant toutes les fonctions « métier » de la relation client, Auchan a choisi la nouvelle version du module E-mail. Ce dernier assure une interface en temps réel entre Coheris CRM et les clients qui choisissent d'exposer leurs demandes par courrier électronique ou par saisie directe sur le site Web, via des formulaires Web.

« Lorsque l'un de nos clients désire obtenir une information, formuler une réclamation ou toute autre demande, nous souhaitons le mettre en rapport direct avec le chef du rayon concerné et cela, quel que soit le canal qu'il utilise : e-mail, téléphone ou courrier »

indique Jérôme Desreumaux. Le module E-mail permet de détecter instantanément l'arrivée d'un message et d'insérer les informations dans la base (création d'un dossier client, s'il s'agit d'un nouvel interlocuteur, ou d'un événement associé au dossier client existant, si le client est connu). Un workflow gère ensuite les étapes du traitement de la demande : routage aux destinataires compétents, gestion des délais et alertes sur les retards, production de documents etc...

« Il y a encore peu de temps, la relation client était gérée de façon artisanale avec un parapheur et des photocopies. Nous n'avions aucun moyen de maîtriser les délais de réponses pour nos clients. Aujourd'hui, nous rencontrons souvent des clients touchés et qui se sentent considérés de recevoir une réponse personnelle du véritable interlocuteur » confie le directeur.

Une base solide pour des actions marketing

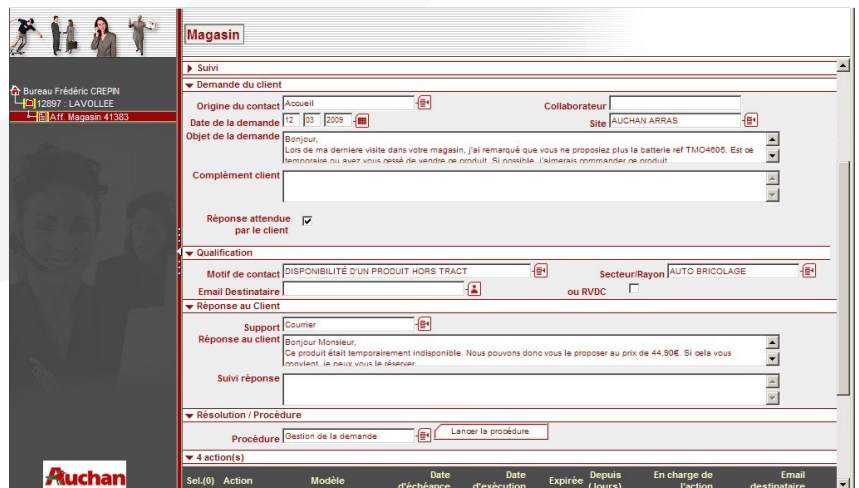
A court terme, l'enseigne prépare le déploiement de Coheris CRM sur l'ensemble de ses 116 hypermarchés en France et la formation de plus de 230 personnes. « Notre objectif est de rendre chacun de nos sites autonome dans l'animation du dialogue avec ses clients.

En parallèle, nous souhaitons capitaliser sur la connaissance de ces échanges pour réaliser auprès de nos clients des actions encore plus ciblées et pourquoi pas, lancer à terme des campagnes de communications sortantes associées » explique Jérôme Desreumaux.

Et de conclure : « L'implémentation de services innovants de relation client ne s'improvise pas. C'est grâce à une succession de tests, une démarche de conseils, un retour d'expérience partagé, un enrichissement progressif des services mis en oeuvre et une volonté commune d'innover que la collaboration initiée avec Coheris portera, sur la durée, pleinement ses fruits ».

Bénéfices

- UNE MEILLEURE RÉACTIVITÉ
- DES DÉLAIS DE RÉPONSE MAÎTRISÉS
- DES CLIENTS VALORISÉS
- UNE BASE CLIENTS ENRICHIE PERMETTANT DE RÉALISER DES ACTIONS DE CIBLAGE PERFORMANTES



The screenshot displays the Coheris CRM interface for a store (Magasin). The main window shows a customer request form with the following details:

- Magasin:** Bureau Frédéric CREPN, 12887 - LAVOLLEE, ATR Magasin 41383
- Statut:** Demande du client
- Origine du contact:** Accueil
- Collaborateur:** (empty)
- Date de la demande:** 12/03/2009
- Site:** AUCHAN ARRAS
- Objet de la demande:** Bonjour, Lors de ma dernière visite dans votre magasin, j'ai remarqué que vous ne proposiez plus la batterie ref TMO4005. Est ce que vous pourriez me proposer un autre produit de vente de remplacement, si possible, j'aimerais commander ce produit.
- Complément client:** (empty)
- Réponse attendue par le client:**
- Qualification:** Motif de contact: DISPONIBILITÉ D'UN PRODUIT HORS TRACT; Email Destinataire: (empty); Secteur/Rayon: AUTO BRICOLAGE
- Réponse au Client:** Support: Courrier; Réponse au client: Bonjour Monsieur, Le produit était temporairement indisponible. Nous pouvons donc vous le proposer au prix de 44,90€. Si cela vous convient, le mieux serait de réserver.
- Suivi réponse:** (empty)
- Résolution / Procédure:** Procédure: Gestion de la demande; Lancer la procédure
- 4 action(s):** A table with columns: Sel.(0), Action, Modèle, Date d'échéance, Date d'exécution, Expirée, Depuis (Jours), En charge de l'action, Email destinataire.

« A chaque demande client, une réponse entièrement personnalisée »