Fiche Ressource

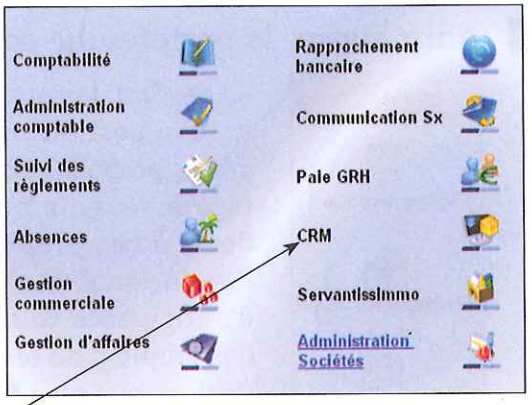
3

PGI (progiciel de gestion intégré) et GRC

Aujourd'hui, le chef d'entreprise a besoin d'un suivi qualitatif et d'une analyse fine de l'ensemble de l'activité de la PME, de la saisie du premier client jusqu'aux relations après-vente.
Le PGI (progiciel de gestion intégré) constitue un outil privilégié car il stocke toutes les informations dans une base unique. La saisie d'une information déclenche automatiquement la mise à jour d'informations résultantes.

I - La gestion de la relation client sur PGI

Gérer informatiquement sa relation client consiste à confier au PGI la planification et le contrôle des activités avant et après-vente. Cela comprend généralement :
– le suivi des prospections : constitution de fichiers de prospects, planification et suivi des contacts, etc. ;
– la gestion de la clientèle : réception des requêtes dans des centres d'appels, suivi des réclamations, etc. ;
– la gestion de la relation client : identification précise des prospects et des clients pour mener des actions ciblées et mieux répondre à leurs attentes : relances à dates anniversaires par exemple, proposition de nouveaux produits en fonction des informations recueillies ;
– l'analyse des retombées des actions menées et du chiffre d'affaires généré.



Un PGI est composé d'un ensemble de modules en relation les uns avec les autres. C'est dans le module CRM que se trouve la gestion de la relation client.

II - Les principales fonctionnalités des PGI

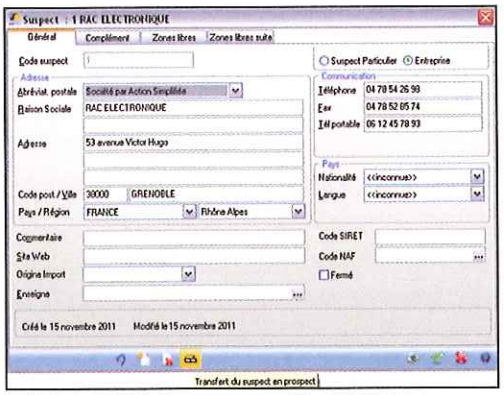
Dans la plupart des PGI, les diverses fonctionnalités proposées sont les suivantes.

1 Enrichir la base de données

La base de données existante peut être enrichie par l'importation de bases de données externes pour permettre de constituer un fichier de suspects, de prospects ou de clients.

2 Identifier efficacement les prospects/clients

La gestion de la relation client s'organise autour d'une fiche « suspect/prospect/client ». Une option permet de faire passer le suspect ou prospect en client.



© Nathan – La photocopie non autorisée est un délit.

3 Attirer et fidéliser la clientèle grâce à des courriers et publipostages

Le module CRM est relié au logiciel de traitement de texte qui autorise l'utilisation de la fonction de publipostage pour préparer un courrier personnalisé. À partir de la fiche suspect/prospect/client, il est possible de personnaliser le courrier et de l'envoyer à un ou plusieurs destinataires.

4 Conserver un historique

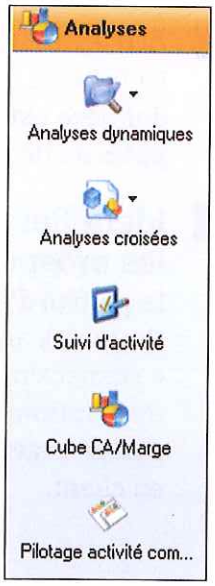
Ce travail sera alors enregistré dans l'historique du suivi commercial. En effet, chaque relation entre la PME et le client, toutes les actions et propositions réalisées sont archivées au fil de l'activité de la PME. Ceci permet d'avoir à tout moment une vision globale de la démarche mercatique de l'entreprise.

5 Administrer le portefeuille commercial avec pertinence

La gestion des propositions commerciales se fait en relation avec la gestion commerciale. Il suffit d'enregistrer les diverses propositions commerciales qualifiées avec un pourcentage de réussite, puis d'associer directement un ou plusieurs devis à ces propositions. Ainsi, il est possible de suivre l'évolution d'un dossier, de faire des prévisions de ventes, d'anticiper le chiffre d'affaires. Pour une meilleure gestion des emplois du temps, il est possible, *via* un lien direct avec Outlook ou Lotus Notes, de planifier des tâches et des rendez-vous, d'enregistrer des contacts ou d'envoyer des e-mails.

6 Effectuer une analyse jusqu'à la prise de décision

En temps réel, l'analyse des perspectives de ventes s'affiche ainsi que les résultats par rapport aux coûts engagés.



© Nathan – La photocopie non autorisée est un délit.