

# Livre blanc



CRM mobile

Les facteurs clés de succès pour la  
gestion de la relation client mobile

Version 2.0  
février 2012

CHRISTIAN PUHR  
3/30/2012

© update software AG

Sous toute réserve d'erreurs ou de modifications

» Nos clients sont **plus performants.**

# update

---

|  |    |
|--|----|
| Résumé   | 3  |
| <hr/>  |    |
| 1 Définition du CRM mobile   | 4  |
| <hr/>  |    |
| 2 Les principaux avantages   | 5  |
| 2.1 Un professionnalisme renforcé au service de la satisfaction client | 6  |
| 2.2 Accroissement de la productivité et de la qualité                  | 6  |
| 2.3 Un suivi plus efficace pour optimiser les ventes                   | 7  |
| <hr/>  |    |
| 3 Le CRM mobile par update   | 8  |
| <hr/>  |    |
| 3.1 Les applications mobiles de la suite CRM update.seven              | 8  |
| 3.1.1 Le CRMpad d'update : le CRM mobile sur iPad                      | 9  |
| 3.1.2 update.seven mobile & touch : le CRM mobile sur smartphone       | 10 |
| 3.1.3 update.seven web : le CRM mobile sur notebook ou tablette PC     | 11 |
| <hr/>  |    |
| 4 Exemples de processus mobiles dans différents secteurs               | 12 |
| <hr/>  |    |
| 4.1 Industrie des biens d'équipement                                   | 12 |
| 4.1.1 Ticket / demande d'intervention                                  | 12 |
| 4.1.2 Compte-rendu d'intervention                                      | 12 |
| 4.2 Industrie pharmaceutique   | 13 |
| 4.2.1 Remise d'échantillons  | 13 |
| 4.2.2 Compte-rendu de visite   | 13 |
| 4.2.3 Gestion de commandes   | 13 |
| 4.2.4 Audit de point de vente  | 13 |
| 4.3 Prestataires de services financiers                                | 14 |
| 4.3.1 Conseil sur le terrain   | 14 |
| 4.3.2 Efficience et respect de la réglementation                       | 14 |
| <hr/>  |    |
| 5 Technologie  | 15 |
| <hr/>  |    |
| 5.1 Sécurité   | 15 |
| 5.2 Stockage de données hors connexion et synchronisation              | 15 |
| <hr/>  |    |
| 6 Facteurs de réussite et recommandations                              | 16 |
| <hr/>  |    |
| 7 A propos d'update software   | 17 |
| <hr/>  |    |
| 8 Références   | 18 |
| <hr/>  |    |

## Résumé

Avec l'avènement des smartphones et tablettes, l'accès à l'information partout et à tout moment devient la norme et la nécessité d'équiper les collaborateurs itinérants en terminaux mobiles constitue aujourd'hui un enjeu crucial pour la compétitivité des entreprises. De plus, les clients sont plus exigeants en ce qui concerne la qualité du service, les compétences et la disponibilité de leurs interlocuteurs. Les collaborateurs itinérants étant généralement ceux qui entretiennent la plus grande proximité avec le client, il est d'autant plus important de pouvoir mettre à leur disposition en permanence des données adéquates et à jour, qu'il s'agisse de la disponibilité d'un produit, de sa date de livraison, du chiffre d'affaires réalisé par famille de produit ou d'une éventuelle remise promotionnelle en cours.

Les avancées technologiques en matière de solutions mobiles profitent aux utilisateurs : bande passante accrue, généralisation des forfaits illimités et amélioration des performances des terminaux mobiles sont la base d'une gestion de la relation client (CRM) mobile à la fois économique, fonctionnelle et efficace. Mais les entreprises doivent également prendre en compte toute une série de facteurs décisifs pour faire les bons choix et réussir la mise en œuvre de leur solution de CRM mobile.

Il est tout d'abord recommandé d'opter pour une solution multiplateformes : l'utilisateur doit pouvoir choisir lui-même le terminal mobile sur lequel il souhaite travailler, sans que l'hétérogénéité des appareils n'entraîne d'inflation du TCO (total cost of ownership ou coût total de possession) ni que l'accès à certaines données sensibles de l'entreprise ne mette en péril leur caractère confidentiel. Autre critère décisif, la facilité d'utilisation des applications mobiles, aussi bien sur smartphone que sur tablette, qui est liée à la mise à disposition des données et des fonctionnalités CRM pertinentes dans le cadre de la relation, en fonction du rôle de l'utilisateur et de ses besoins en déplacement. L'utilisation de l'application doit pouvoir se faire avec un minimum de saisie de texte, tout particulièrement sur les smartphones. Il est en outre très important que les solutions mobiles puissent s'adapter à toute modification des processus opérationnels de façon simple et flexible. Enfin, avant d'investir dans des solutions spécifiques, il convient de soumettre en amont les applications mobiles du fournisseur de CRM à une évaluation de sa capacité de configuration afin d'éviter les coûts de maintenance technique.

La qualité du CRM mobile dépend de celle des données de la solution CRM à laquelle il est rattaché. La motivation de tout projet CRM, y compris dans la mobilité, provient de la mise à disposition des données adaptées à l'utilisateur, ce qui va l'inciter à alimenter le CRM de ses expériences de la relation client.

# 1 Définition du CRM mobile

Le terme de « CRM mobile » désigne le traitement, l'administration et la documentation des relations client par un collaborateur en déplacement. Il suppose donc l'accès permanent à l'ensemble des données clients de la solution CRM centrale. L'accès à la solution CRM peut se faire en ligne par le biais d'un navigateur (norme UMTS, GPRS, EDGE, HSDPA ou WLAN) ou hors connexion via terminal mobile (notebook ou tablette par exemple).

Le CRM mobile constitue aujourd'hui un avantage concurrentiel décisif et est donc devenu une nécessité pour les entreprises disposant de commerciaux ou de techniciens du SAV itinérants, qui doivent rester connectés et joignables lors de leurs déplacements. Dans la pratique, le compte-rendu de visite, la gestion d'agenda et d'activités, ainsi que la planification de visites et d'interventions, sont les principales applications du CRM mobile. L'optimisation de la fréquence des visites, le traitement de commandes et la planification d'itinéraire font également partie des fonctions les plus utilisées. Mais l'application plus classique reste la gestion de comptes : elle comprend la recherche du client dans le système, la possibilité de composer directement son numéro à partir de ses données, la visualisation de l'ensemble des informations le concernant et la localisation de son adresse. Quelle que soit la fonctionnalité utilisée, l'élément clé demeure l'accès à des données clients de qualité, constamment à jour.

Autre fonction standard, la gestion de contacts permet de créer les rendez-vous des collaborateurs itinérants grâce à la planification, avant de les dispatcher vers les terminaux mobiles des collaborateurs itinérants. L'utilisateur sait immédiatement quel client doit être visité à quel moment et peut déplacer ces rendez-vous si besoin. Selon les entreprises, la planification des rendez-vous peut également être effectuée directement par le collaborateur depuis son terminal mobile. Les objectifs de chaque visite peuvent être définis à l'avance : l'utilisateur sur le terrain sait ainsi quels sont les points particuliers qu'il conviendra d'aborder avec son client. En plus de ces fonctions générales, le CRM mobile offre toute une série d'applications spécifiques à chaque secteur (voir exemples au chapitre 4).

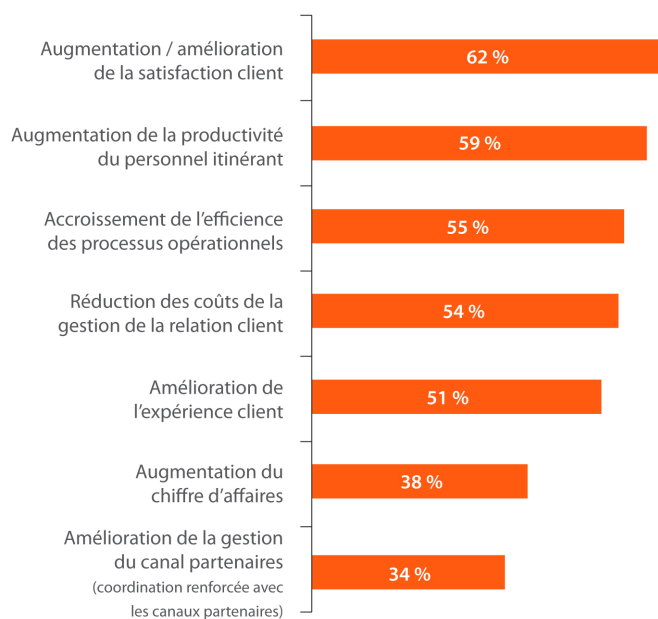
Le développement des télécoms a permis de connecter en permanence l'itinérant et son correspondant sédentaire par la voix. Ce travail en binôme est désormais mis en œuvre dans le cadre des solutions de CRM mobile, qui favorisent le travail collaboratif et le partage des informations, chacun apportant sa valeur ajoutée et son expertise en quasi temps réel. Cette approche favorise la coopération et améliore la qualité du service grâce à la sauvegarde et à la traçabilité des demandes et des réalisations.

Une étude de marché d'IDC indique que d'ici à 2013, 35 % environ de l'ensemble des salariés dans le monde appartiendront à la catégorie des « *mobile workers* » (travailleurs mobiles). L'augmentation du nombre de collaborateurs nomades, la progression du télétravail, ainsi que la flexibilisation du temps de travail, renforcent la nécessité pour les entreprises d'offrir des points d'accès mobiles à leur solution CRM. Les données peuvent ainsi être consultées, analysées ou saisies partout et à tout moment, et mises à la disposition de l'ensemble des collaborateurs de l'entreprise en temps réel par le biais de tous les canaux de communication.

## 2 Les principaux avantages

Selon l'étude « *The State of Enterprise Mobility in Europe* » du cabinet Gartner, les principaux avantages des solutions de CRM mobile résident dans l'augmentation de la productivité des collaborateurs et dans l'amélioration des communications internes, tant au sein de l'entreprise qu'au niveau du management. Les quelque 200 experts en mobilité interrogés ont par ailleurs cité en priorité la capacité à répondre plus rapidement aux demandes de la clientèle, à réduire les coûts par une optimisation des processus opérationnels et à raccourcir le délai de traitement des leads. Comme dans le CRM classique, il existe aussi une série de facteurs plus difficiles à quantifier : c'est le cas par exemple de toutes les améliorations dans la collaboration et la communication, qui constituent cependant un avantage qualitatif important.

Dans son étude « *Befähigung der Mitarbeiter: Mobiles CRM in Europa* », le cabinet Forrester fait lui aussi état d'une amélioration de la satisfaction client et de la productivité du personnel itinérant. Les résultats de cette enquête, menée sur 1 005 décideurs des secteurs de l'informatique et des affaires à travers le monde impliqués dans des décisions d'achats en CRM, montrent également que l'amélioration de l'efficacité des processus opérationnels et la réduction des coûts liés au CRM sont considérés comme des avantages essentiels.



Source : Forrester, 2009 : enquête internationale en ligne auprès de 1005 décideurs impliqués dans des décisions d'achat de solutions CRM. Étude menée pour le compte de RIM par Forrester Consulting.

## 2.1 Un professionnalisme renforcé au service de la satisfaction client

---

Disposer des bonnes informations au bon moment est l'une des clés de la réussite en affaires. Le CRM mobile augmente les opportunités de vente en rendant les dernières informations clients mises à jour accessibles en permanence, y compris pendant un déplacement, une conversation téléphonique ou une visite. Le collaborateur itinérant est informé en temps réel des prochains rendez-vous et des leads à traiter et peut ainsi les contacter sans délai. Toutes les données nécessaires à la préparation complète d'un rendez-vous sont mises à sa disposition à l'avance. Si une offre est en attente de validation, le work-flow interne permet au directeur des ventes de donner immédiatement son feu vert une proposition faite par un commercial à un client (y compris de façon mobile au besoin). Les informations transmises au vendeur sur le point de vente sont saisies dans le système de CRM en temps réel et de façon exhaustive par le biais du terminal mobile : l'étape « papier » intermédiaire est ainsi abolie. Le commercial sédentaire dispose immédiatement les informations « terrain », comme les sujets abordés lors d'un rendez-vous ou les commandes passées. Ce lien direct permet au client d'obtenir les renseignements dont il a besoin ou de recevoir sa commande beaucoup plus rapidement. Les collaborateurs itinérants sont harmonieusement intégrés aux processus de l'entreprise, les tâches redondantes sont supprimées et le temps de travail est ainsi optimisé. Le résultat : une plus grande réactivité et une qualité de service accrue.

## 2.2 Accroissement de la productivité et de la qualité

---

### Flux d'information traditionnel ou optimisation de la chaîne des processus ?

La gestion mobile de la relation client constitue la base de l'optimisation de la transmission de données en temps réel et de la transparence de l'information. La suppression des changements de support entre la phase de recherche d'informations et celle de leur utilisation permet de raccourcir considérablement la chaîne des processus : finies les étapes intermédiaires, les données sont traitées de bout en bout sous forme numérique.

La consultation et la saisie d'informations en temps réel sur site permettent également d'améliorer la qualité des données car la probabilité pour qu'un point abordé à l'oral soit omis dans le compte-rendu final est considérablement réduite. La saisie directe permet aussi de minimiser le risque d'erreur dans la saisie des données. Les tâches administratives telles que la rédaction de comptes-rendus de visite étant accomplies chez le client ou pendant les temps de transport (à l'aéroport, dans le train, le taxi, etc.), le collaborateur itinérant est dispensé de retourner à son bureau en fin de journée et le temps ainsi gagné peut être consacré à des tâches plus productives, comme les activités d'analyse par exemple.

### Transparence de l'information

La transparence de l'information permet d'éviter les rappels téléphoniques superflus, les erreurs dans l'exécution des demandes et les étapes redondantes, et ainsi de réaliser des économies de temps et d'argent. La direction des ventes peut consulter à tout moment, y compris en déplacement, le statut des principales opportunités et fonder ses décisions sur les dernières prévisions. Grâce à la sauvegarde des données, les collaborateurs disposent immédiatement de l'ensemble des informations utiles concernant la négociation commerciale et peuvent donc agir en conséquence, sans attendre que le commercial soit de retour au bureau.

## 2.3 Un suivi plus efficace pour optimiser les ventes

---

1. Les collaborateurs de la force de vente saisissent sur le terrain des données telles que la qualification et les caractéristiques et centres d'intérêt du client, ainsi que le retour sur la satisfaction produits.
2. Ces informations sont alors analysées et évaluées par le back office grâce aux composants analytiques de la solution CRM.

Les données les plus fréquemment analysées sont :

- » Le nombre de contacts mensuels ou de collaborateurs en comparaison d'objectifs optimum ;
  - » L'évaluation des opportunités saisies à chaque phase ;
  - » La fréquence des visites ;
  - » Les profils des clients.
3. Le résultat de ces évaluations sert à déterminer les orientations commerciales à prendre et les actions à mettre en œuvre.

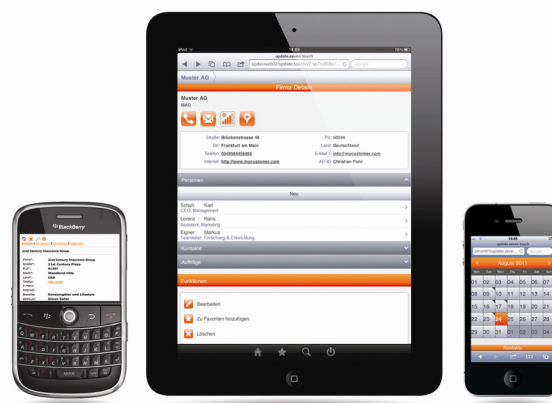
## 3 Le CRM mobile par update

Pour répondre à la demande d'applications mobiles multiplateformes et aux exigences du marché, update a développé une série de solutions afin d'offrir aux collaborateurs itinérants un accès optimal aux données CRM.

Ces solutions de CRM mobile sont conçues pour une large de terminaux et permettent une communication directe depuis l'application, la création, l'édition et la suppression de données, ainsi que la localisation des clients grâce à l'intégration de la fonction GPS. Autant de fonctions pratiques qui répondent aux besoins des collaborateurs itinérants, qu'il s'agisse des commerciaux ou des techniciens du service.

### 3.1 Les applications mobiles de la suite CRM update.seven

Une attention toute particulière a été apportée aux besoins de l'utilisateur final dans le développement de nos applications mobiles. C'est ce qui explique leur maniement simple et intuitif. Les solutions destinées aux terminaux mobiles dotés de petits écrans ou écrans tactiles ont été conçues de façon à simplifier au maximum, voire à supprimer la saisie de données. Avec les solutions update CRMPad et update.seven touch, le mode de navigation permet d'accéder aux données souhaitées de façon simple et rapide, en quelques clics. L'accès immédiat aux données est le point commun de toutes nos applications mobiles. Le choix du terminal est laissé à l'utilisateur final : à chaque besoin sa solution mobile.



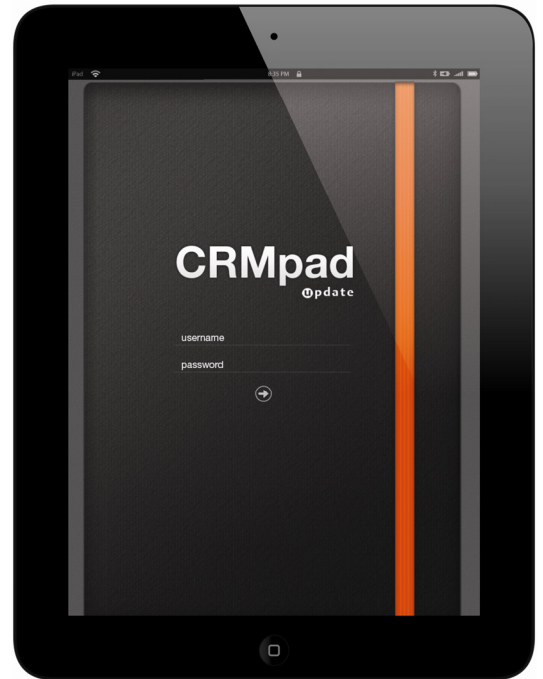
Les solutions de CRM mobiles d'update :

| update CRMPad  | update.seven mobile  | update.seven touch   | update.seven web  |
|--|--|--|---|
| En ligne / hors connexion                                  | En ligne   | En ligne   | En ligne / hors connexion                                     |
| Application native pour iPad                               | Application navigateur (Internet Explorer)                                   | Application multi-navigateurs  | Application navigateur (Internet Explorer)                    |
| Processus CRM pour la vente et le management               | Processus CRM pour la vente, la direction des ventes, le service et le SAV   | Processus pour la vente, la direction des ventes, le service et le SAV | Tous processus de CRM (vente, marketing, service, analytique) |
| Télécharger la fiche produit <a href="#">update CRMPad</a> | Télécharger la fiche produit <a href="#">update.seven mobile &amp; touch</a> |  | Télécharger la fiche produit <a href="#">update.seven web</a> |



### 3.1.1 Le CRMPad d'update : le CRM mobile sur iPad

La solution CRMPad d'update est une application de CRM mobile professionnelle qui permet aux collaborateurs itinérants d'accéder aux données CRM pendant leurs déplacements. Cette application se connecte directement à la solution CRM update.seven et aux processus CRM comme la gestion de contacts et données clients, ainsi que la gestion des leads, des tâches ou des commandes. Spécialement conçue et développée pour iPad, cette application native allie les avantages de votre solution CRM habituelle à ceux de l'utilisation conviviale et intuitive de l'iPad. Son développement s'est inspiré des bonnes pratiques afin de fournir aux collaborateurs itinérants toutes les fonctionnalités dont ils ont réellement besoin lors de leurs déplacements et leur offrir une meilleure expérience utilisateur possible ; clarté, lisibilité, navigation intuitive et haute convivialité sont donc ici les maîtres-mots. L'utilisation de l'application s'appuie sur les fonctionnalités classiques de l'iPad : la navigation va à l'essentiel pour vous conduire plus rapidement au but et vous simplifier la tâche. Grâce à leur démarrage rapide et à leurs écrans tactiles d'une grande clarté, les tablettes numériques permettent d'accéder plus rapidement aux données et vous aident à intégrer éléments multimédias et visualisation de documents à vos présentations clients. Et comme les données de CRM restent consultables hors connexion, vous conservez une indépendance totale et l'accès à vos informations même en dehors des zones de couverture du réseau de téléphonie ou du wi-fi.



#### Exemples d'utilisations :

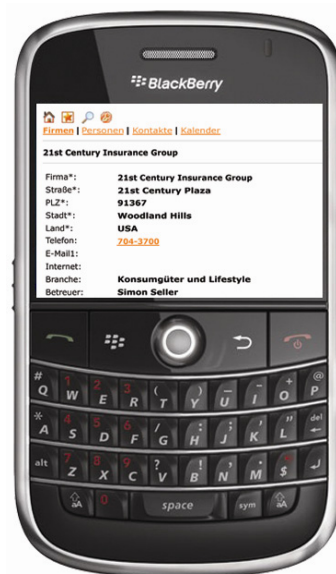
- » Affichage des rendez-vous dès la page d'accueil, accès à son emploi du temps, création de rendez-vous
- » Planification d'itinéraire, recherche des entreprises situées à proximité
- » Préparation du contenu des visites, consultation de l'agenda, des rendez-vous précédents et des documents associés
- » Support à la vente durant l'entretien avec l'aperçu des offres et devis, accès à la base produit
- » Gestion des opportunités : visualisation des opportunités, gestion des rôles des différents participants
- » Visualisation des prévisions de vente (sales funnel)
- » Suivi des rendez-vous, création de comptes-rendus de visites

## 3.1.2 update.seven mobile & touch : le CRM mobile sur smartphone

Les solutions update.seven mobile et update.seven touch permettent d'accéder aux données CRM en ligne et en temps réel. Leurs fonctions de recherche intelligente mettent à disposition l'ensemble des informations sur les personnes et les entreprises, ainsi que l'historique des contacts, rapidement, partout et à tout moment.

update.seven mobile est disponible sur les smartphones classiques et Blackberry. L'accès en ligne aux données CRM à jour telles que les contacts, les opportunités de vente, les commandes reçues ou les tâches en cours, se fait en temps réel. L'application CRM est téléchargée automatiquement via le navigateur du smartphone, sans que l'utilisateur n'ait à intervenir. Sa simplicité d'utilisation et son adaptation sur-mesure aux besoins individuels de chaque utilisateur garantit des informations d'une qualité optimale avec un minimum d'interactions.

Les smartphones à écran tactile ont beaucoup fait parler d'eux pour leur simplicité d'utilisation, qui répond à une logique intuitive. La clarté formelle et les possibilités de l'écran tactile ont été reprises pour les fonctions de CRM. Le concept de navigation exclusif de la solution update.seven touch a été conçu et développé spécialement pour les terminaux à écran tactile : grandes icônes, nouvelles voies de navigation et recherche contextuelle permettent à l'utilisateur de s'épargner la peine d'avoir à taper sur un petit clavier et le conduisent en quelques clics aux informations souhaitées.



### Exemples d'utilisations :

- » Quels sont mes rendez-vous de la journée ?
- » Quelles sont les commandes en cours pour ce client ?
- » Quelles offres ont déjà été faites ?
- » Appel direct du client depuis la fiche du CRM
- » Planification d'itinéraire lors des visites clients avec Google Maps
- » Quelle est l'importance du client ? A quelle catégorie appartient-il ?
- » Quels ont été les derniers contacts ?

### 3.1.3 update.seven web : le CRM mobile sur notebook ou tablette PC

update.seven web est la plus complète des applications CRM d'update. Elle intègre les processus destinés au marketing, à la vente, au service et au SAV. Toutes les données client sont sauvegardées, administrées et mises à jour de façon centralisée. La vue à 360° et l'historique pour chaque client affichent les principales données et activités de façon structurée et lisible. Solution CRM basée sur le web, update.seven web permet d'effectuer des requêtes complexes et spécifiques en temps réel. Classification des clients, aperçu du portfolio, recherche phonétique et connexion de documents aux jeux de données complètent l'éventail de ses fonctionnalités.

Grâce à la technologie .NET, la suite CRM d'update met l'ensemble de ses fonctionnalités à disposition dans un environnement de navigateur, sans autre forme d'installation. En fonction de ses besoins et de son environnement, l'utilisateur peut travailler en ligne ou hors connexion en disposant toujours des mêmes fonctionnalités. Les domaines tels que gestion de clients, gestion de campagnes, travail d'équipe, offres, opportunités et produits sont configurables pour s'adapter très simplement aux différents processus spécifiques de l'entreprise. L'interface conviviale et intuitive, de type Windows, l'assistant et les masques dynamiques guident l'utilisateur à travers les processus même complexes.



## 4 Exemples de processus mobiles dans différents secteurs

### 4.1 Industrie des biens d'équipement

---

L'efficacité et la transparence des communications sont deux éléments essentiels pour les structures consacrées au SAV : le service sédentaire doit transmettre des informations précises aux techniciens et autres collaborateurs dépêchés sur le terrain. Il faut notamment définir exactement la fréquence des interventions de maintenance et la liste des pièces nécessaires. La réactivité est un autre facteur extrêmement important : une demande de renseignement ou une commande laissée en déshérence pendant plusieurs jours et le client changera tout simplement de fournisseur ! Le service n'est plus un « bonus » offert, mais une prestation considérée comme allant de soi. Si le technicien dispose sur le site du client de l'ensemble des informations indispensables à sa mission sur son terminal mobile, toutes les conditions idéales sont rassemblées pour assurer une résolution des problèmes et une prestation efficace et rapide.

*« Notre objectif était de mettre le client au centre. Nous y sommes parvenus grâce à la solution de CRM d'update. La mise en œuvre d'une solution mobile nous a été particulièrement utile. Les données saisies sur le terrain sont analysées et évaluées au niveau du serveur. Les résultats sont mis à la disposition du service distribution, qui s'en sert pour orienter son activité. Ce processus d'orientation de la distribution en continu nous permet de cultiver nos relations client et de les faire fructifier. »*

*Brigitte Schlögel, Responsable Vente et Marketing, Ardex Baustoff GmbH*

#### 4.1.1 Ticket / demande d'intervention

Le ticket, ou demande d'intervention, constitue l'élément d'information central du processus de SAV. Toutes les informations pertinentes générées au cours du traitement sont directement reliées à un ticket. La planification d'intervention permet d'attribuer chaque ticket de façon très simple au collaborateur compétent grâce à la fonction « glisser-déposer ».

Le collaborateur itinérant en déplacement peut consulter une demande d'intervention grâce à son terminal mobile. Il prend immédiatement connaissance de tous les détails : adresse du client, historique du ticket, réparations déjà effectuées, contacts, description du problème à résoudre et caractéristiques techniques du produit concerné. Il peut également se renseigner sur les accords de service convenus avec le client dans le contrat de maintenance, sur le produit et sur les spécificités de l'intervention.

#### 4.1.2 Compte-rendu d'intervention

L'intervention sur site donne lieu à la création d'un compte-rendu qui indique le temps passé par le technicien et les pièces utilisées. La solution mobile lui permet de créer ce compte-rendu immédiatement et de le faire signer électroniquement par le client sur le lieu même de l'intervention. Les pièces utilisées pour la réparation sont immédiatement listées : le risque d'erreur ou d'oubli, pouvant entraîner des incohérences dans la gestion des stocks, un surcoût, est ainsi considérablement réduit. Grâce à la saisie guidée sur le lieu d'intervention, il gagne du temps. Enfin, la signature électronique du client coupe court permet de valider son accord sur le montant des prestations de maintenance ou de réparation.

## 4.2 Industrie pharmaceutique

---

Les visites aux praticiens font partie du quotidien des délégués médicaux. La présentation des produits donne lieu à la remise d'échantillons, laquelle est encadrée par des règles précises. Les quelques minutes dont dispose le visiteur médical – et qui, dans le domaine des spécialités délivrées sur ordonnance, constituent le seul échange avec l'utilisateur final – doivent donc être préparées de façon optimale.

### 4.2.1 Remise d'échantillons

En plus du retour des patients sur les produits utilisés, la visite est l'occasion de distribuer des échantillons au médecin. L'application CRM documente le nombre de boîtes pouvant être données, conformément à la réglementation en vigueur. Elle indique au visiteur médical durant l'échange avec le médecin tous les articles qu'il pourra lui laisser sous forme d'échantillons gratuits. La remise d'échantillons est ainsi automatiquement contrôlée. La fonction de saisie en série sur update.seven mobile & touch permet de renseigner rapidement le nombre et le type d'échantillons distribués. Avec update.seven web, le praticien peut confirmer par sa signature la bonne réception des échantillons. La mise en œuvre du CRM mobile permet de raccourcir considérablement les délais de livraison : la commande est saisie dès la visite, synchronisée au niveau central et immédiatement transmise au service d'expédition.

### 4.2.2 Compte-rendu de visite

Le temps consacré aux visites médicales est souvent très réduit : transmettre les principaux messages et enregistrer les feedbacks demande une excellente préparation en amont et impose de se concentrer sur l'essentiel. Les résultats de l'échange peuvent être consignés aussitôt après la discussion, sur le trajet vers le rendez-vous suivant ou pendant le temps d'attente, puis transmis directement au serveur. Lorsqu'un même médecin reçoit la visite de plusieurs délégués médicaux sur une période courte, la sauvegarde des données en temps réel fait apparaître clairement dès la phase de préparation les points déjà évoqués lors des rendez-vous précédents.

### 4.2.3 Gestion de commandes

L'utilisateur recherche son client dans la base de données sur place et établit un en-tête de commande comportant des informations telles que la monnaie utilisée pour la transaction, la date de livraison ou une remise éventuelle. Les données présentes sont pré-remplies. Les articles de la commande sont ensuite indiqués à l'aide de la saisie en série. Les références précédemment commandées par le client sont automatiquement affichées : l'utilisateur n'a plus qu'à renseigner les quantités souhaitées.

### 4.2.4 Audit de point de vente

L'audit de point de vente consiste à envoyer un collaborateur itinérant visiter un point de vente pour vérifier que les produits référencés sont bien présents sur les linéaires. L'utilisateur dispose pour chaque client d'un champ « relevé de linéaire » et d'une série de filtres afin d'identifier rapidement les articles à vérifier. Des filtres personnalisables sont également disponibles, par exemple pour connaître la liste de tous les articles vérifiés lors de la précédente visite, de tous les produits référencés, ou encore de tous les produits en promotion à un moment donné. L'utilisateur n'a plus qu'à noter pour chaque produit s'il est bien présent et si d'autres produits doivent être commandés. Le nombre de produits présents est inscrit à l'aide de la saisie en série. Il est ainsi possible d'attribuer directement une série de références (articles vérifiés) aux données du relevé de linéaire. L'utilisateur sait immédiatement quand il a procédé aux dernières vérifications. Toutes les données saisies sont mises à disposition des responsables des ventes, qui peuvent ainsi les évaluer pour orienter leur planification.

## 4.3 Prestataires de services financiers

---

La vente itinérante est devenue incontournable pour un grand nombre de domaines du secteur des services financiers. Ici les terminaux mobiles sont indispensables aux collaborateurs pour rester informés, saisir des données et réaliser des présentations. Les notions de sécurité et de respect de la réglementation revêtent une importance toute particulière dans ce secteur, où le respect de la confidentialité des données client sensibles est une préoccupation de chaque instant.

### 4.3.1 Conseil sur le terrain

Un conseiller financier en déplacement a ainsi par exemple accès à toutes les données pertinentes concernant l'utilisation des produits et les contrats de son client. Il peut également consulter l'historique complet de la relation client : conseils, contacts, demandes, coordonnées bancaires, etc. Ces informations serviront de base à l'entretien, durant lequel les données pourront être actualisées en direct ou encore enrichies de nouvelles indications comme les préférences financières, la connaissance et l'expérience des placements ou le profil de risque individuel. Des suggestions de produits pourront alors être formulées immédiatement et les demandes créées en direct.

Deux avantages majeurs résultent du recours au CRM mobile dans le secteur des services financiers :

- » Le conseil financier assisté par un terminal mobile de dernière génération permet des échanges beaucoup plus transparents, interactifs, flexibles et personnalisés qu'avec les entretiens traditionnels. Les tablettes ont à cet égard un avantage certain sur les notebooks en faisant tomber la barrière visuelle de l'écran : le client assiste en direct à toutes les étapes du conseil, il est pleinement impliqué dans la procédure. Le résultat : une confiance accrue dans la qualité du conseil.
- » Les dernières technologies mobiles permettent aujourd'hui aux conseillers financiers de travailler de façon beaucoup plus efficace : les données issues des entretiens, parfois très abondantes, peuvent être saisies immédiatement sur le terminal mobile, ce qui supprime la corvée d'avoir à reprendre plus tard les notes prises par écrit.

### 4.3.2 Efficience et respect de la réglementation

Une solution de CRM mobile offre aux prestataires de services financiers un énorme potentiel d'optimisation de leurs processus opérationnels. Les données client sont disponibles immédiatement et dans leur intégralité d'un simple clic, d'où un gain de temps pour la préparation des rendez-vous, pendant l'entretien proprement dit et son suivi. La rentabilité s'en trouve elle aussi améliorée : l'automatisation croissante des processus et la mise à disposition instantanée des informations permettent de réduire les coûts de fonctionnement tout en améliorant sensiblement la qualité des données. La réduction des tâches administratives laisse aussi plus de temps à consacrer à son client. Ces améliorations se traduisent généralement par une plus grande motivation des collaborateurs, dont les tâches sont simplifiées, surtout en cas d'utilisation d'un terminal à écran tactile. Même les plus réticents aux nouvelles technologies se laissent rapidement convaincre. Les conseillers apprécient notamment le fait de gagner du temps sur le suivi et la documentation de l'entretien une fois leur rendez-vous terminé.

La documentation des rendez-vous et un exercice imposé perçu comme particulièrement rébarbatif et les règles et conditions spécifiques s'appliquant aux marchés financiers sont plus faciles à remplir pour les utilisateurs d'une solution de CRM mobile. À la différence d'autres secteurs, les banques et compagnies d'assurance sont en effet soumises à un cadre réglementaire et légal très strict. Par exemple la réglementation MIFID impose depuis le 1<sup>er</sup> janvier 2010 d'établir un compte-rendu détaillé pour tout conseil fourni à un client privé et de remettre ce document à l'issue de l'entretien. Cette obligation de documentation peut désormais se faire de façon quasi automatique puisque toutes les données, y compris les recommandations formulées et les produits financiers proposés, sont sauvegardées et qu'il suffit d'un clic pour les transmettre immédiatement. En plus de l'aspect réglementaire, la documentation permet de présenter les résultats et recommandations au client de façon plus claire.

## 5 Technologie

### 5.1 Sécurité

---

Protéger ses données de tout accès non autorisé est un critère essentiel pour qui songe à équiper ses collaborateurs de terminaux mobiles. Il convient également de garantir que la perte ou le vol du terminal ne puisse entraîner de perte irréversible d'informations précieuses. C'est pour cette raison que les données client ne doivent être sauvegardées sur les terminaux mobiles qu'après chiffrement ou transmises directement à un serveur central sécurisé. L'utilisation d'une technologie de cryptage de dernière génération pour la sauvegarde et la transmission de données, le recours à des mots de passe fortement sécurisés pour l'authentification sur le terminal et la possibilité de gérer les limitations aux droits d'accès sont autant de précautions qui doivent aller de soi.

La technologie SSL (*secure socket layer*) et l'authentification sécurisée au niveau du client constituent aujourd'hui la norme. Elles permettent à la fois de sécuriser la transmission des données et de protéger les applications mobiles en cas de perte du terminal. Une autre option de sécurité consiste à empêcher l'ouverture de l'application vers l'extérieur. Les clients mobiles sont pour cela équipés d'un client VPN, de sorte que l'application n'est consultable que par le biais du client et après authentification appropriée.

La solution update.seven mobile permet en outre, avec le navigateur de son Blackberry, d'établir une connexion avec le serveur web interne sur lequel se trouve l'application serveur par le biais du Blackberry Enterprise Server (BES) : plus besoin dans ce cas d'accéder au serveur web depuis l'autre côté du firewall.

Toute solution de CRM mobile doit impérativement garantir la confidentialité des données sensibles concernant l'entreprise et ses clients. En plus du cryptage SSL pendant le transfert de données, l'iPad protège les données sauvegardées sur le terminal par un cryptage matériel AES 256 bits. Cette protection contre l'accès non autorisé ne peut être désactivée par l'utilisateur. Si l'iPad est égaré, l'administrateur ou l'utilisateur ont la possibilité d'effacer à distance l'ensemble des données qu'il contient et de verrouiller l'appareil. Il est par ailleurs recommandé d'utiliser un serveur MDM (*mobile device management*).

### 5.2 Stockage de données hors connexion et synchronisation

---

Il existera toujours des domaines nécessitant un accès aux données sur terminal mobile même en l'absence de connexion. Les réseaux de téléphonie mobile ont beau s'étendre continuellement, certaines zones échappent encore à leur couverture et ne permettent donc pas de se connecter à un serveur. Dans d'autres, la réception peut être limitée pour des raisons techniques ou même réglementaires : il peut s'agir par exemple d'une pharmacie dans laquelle un commercial doit vérifier le bon emplacement des produits sur les linéaires, d'un site industriel sur lequel les collaborateurs du SAV n'ont pas de connexion ou encore d'un hôpital dans lequel le visiteur médical n'aura pas le droit d'utiliser son téléphone portable.

Les limitations sont aussi d'ordre technologique : les terminaux mobiles disposent naturellement d'une mémoire vive et de processeurs moins performants que leurs homologues de bureau. Il est donc particulièrement important que l'administrateur puisse définir précisément quelles sont les données à synchroniser pour tel ou tel utilisateur. Cette configuration devra tenir compte des individus et de leurs fonctions : un technicien et un vendeur ont beau travailler sur la même base de données de CRM, les informations dont ils ont besoin sont entièrement différentes.

## 6 Facteurs de réussite et recommandations

Le fait de mettre à la disposition des collaborateurs itinérants les outils informatiques adaptés est un élément indispensable pour la réussite de l'entreprise et pour la fidélisation et la satisfaction des clients. En plus des fonctionnalités et processus CRM, il s'agit notamment de l'intégration de la messagerie électronique et de l'accès aux principaux documents ou contenus multimédias. Les groupes multinationaux auront par ailleurs tout intérêt à opter pour une solution pouvant être mise en œuvre dans différents pays.

**Les principaux facteurs de réussite des applications mobiles sont les suivants :**

- » réduction des contenus affichés au strict minimum ;
- » simplicité de la navigation en quelques clics ;
- » possibilité de paramétrer les fonctionnalités selon le poste ;
- » rapidité de la synchronisation ;
- » caractère intuitif du maniement ;
- » absence de redondance dans la saisie ;
- » sécurité (y compris en cas de perte du terminal).

L'acceptation par l'utilisateur est un élément particulièrement important dans le domaine de la mobilité : il s'agit donc d'impliquer les utilisateurs dans le projet de CRM dès sa phase initiale et de tenir compte de leurs souhaits. Il est nécessaire d'insister sur le fait que l'objectif n'est pas de « ficher » les collaborateurs mais d'optimiser l'efficacité des processus opérationnels de l'entreprise.

Il ne s'agit pas de transposer toutes les fonctionnalités de la solution CRM sur un terminal mobile, mais plutôt de définir quels sont les processus et les données nécessaires sur le terrain, sachant qu'il sera toujours possible d'en ajouter d'autres ultérieurement. L'essentiel est que les nouveaux processus soient transposables dans le domaine de la mobilité de façon simple et économique.



---

## 7 A propos d'update software

La société update software AG ([www.update.com](http://www.update.com)) a été créée en 1988 à Vienne (Autriche). Avec plus de 170 000 utilisateurs dans plus de 1 500 entreprises à travers le monde, update software est l'un des leaders européens de l'édition de solutions CRM premium. La société a des filiales en Allemagne, en Suisse, aux Pays-Bas, en France, en Hongrie, en République tchèque et en Pologne. Cotée à la bourse de Francfort, update software emploie actuellement quelque 300 collaborateurs et a réalisé en 2011 un chiffre d'affaires de 31,7 millions d'euros.

La société compte parmi ses clients les entreprises ALK Abelló, Bawag P.S.K., Boehringer Ingelheim, Daiichi Sankyo, Danfoss, Demag Cranes, Hansgrohe, Kärcher, LBS Nord, MagnaSteyr, Paul Hartmann, Raiffeisen Schweiz, ratiopharm, Reis Robotics, Saint-Gobain, Sandoz, UniCredit Bank Hungary, Uzin Utz ainsi que la Hamburger Sparkasse et 130 autres caisses d'épargne en Allemagne. update software a mis en place des partenariats stratégiques avec Atos, Hewlett Packard, Sensix, Steria Mummert Consulting et IBM, son partenaire d'hébergement.

## 8 Références

Gartner, 2008 : *The State of Enterprise Mobility in Europe*

IDC, juin 2010 : *Worldwide Mobile Worker Population 2009-2013 Forecast*

Forrester, 2009 : *Befähigung der Mitarbeiter: Mobiles CRM in Europa*

### En savoir plus

Pour plus d'information sur nos solutions et services, contactez-moi :



#### **Delphine Massenhove**

Marketing Coordinator France

Tél. : +33 (0) 1 44 70 16 78

E-mail : [delphine.massenhove@update.com](mailto:delphine.massenhove@update.com)