

Module CRM

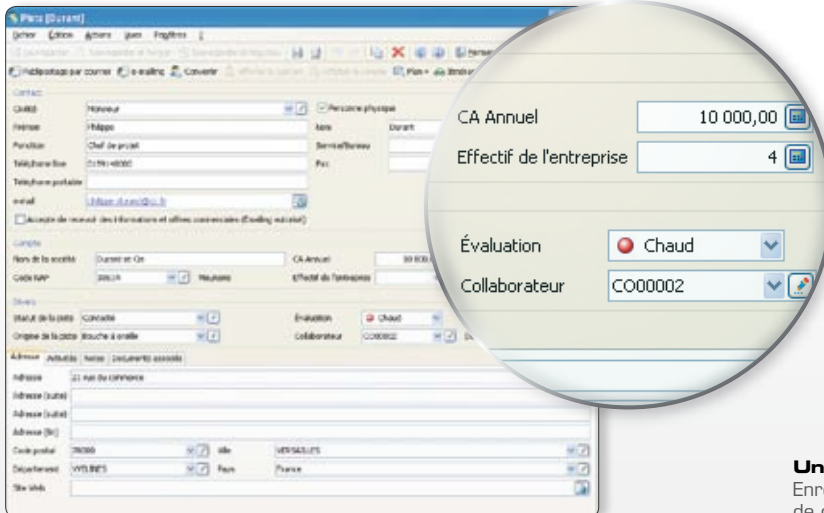
Open·Line[™]
TECHNOLOGY

Ligne PME

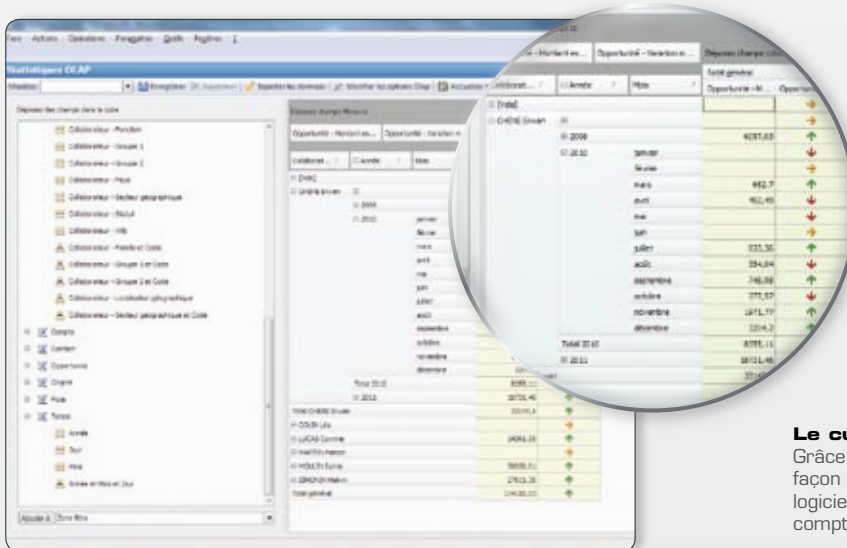
Grâce à ce module, développez le chiffre d'affaires de votre entreprise avec une gestion poussée de votre relation client. Il regroupe les phases fondamentales d'un CRM pour transformer vos opportunités en vente : recueil d'informations, identification de besoins, appui marketing ciblé.

Avec le PGI ou la Gestion Commerciale de la Ligne PME, vous bénéficiez ainsi d'une solution globale, de la détection de leads jusqu'à la vente.

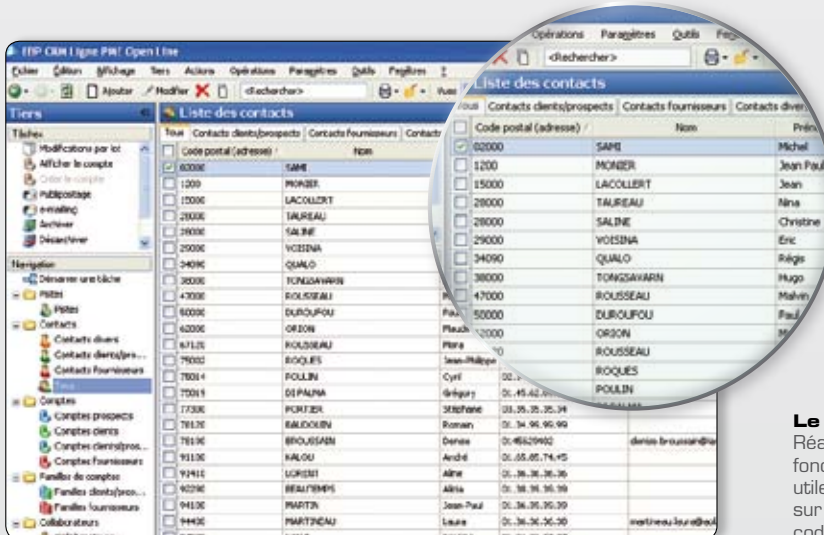




Une fiche de détection de prospects / clients
Enregistrez une multitude d'informations précises afin de qualifier vos contacts.



Le cube OLAP*
Grâce à cet outil, réalisez des statistiques croisées de façon intuitive et rapide sur l'ensemble des données du logiciel : opportunités, collaborateurs, pistes, contacts, comptes...



Le phoning
Réalisez des listes de campagnes d'appels ciblées en fonction de filtres répondant à des critères précis. Très utile, par exemple pour mener une opération de phoning sur un département (filtre sur le téléphone et tri par code postal).

Le concept modulaire

EBP propose des modules pour répondre à des besoins spécifiques et apporter aux PME une solution globale en matière de gestion d'entreprise.

Le module CRM s'interface et communique en temps réel avec le PGI et la Gestion Commerciale de la Ligne PME (Gestion des tiers, coordonnées, contacts).

L'ergonomie et le mode de fonctionnement de ce module sont identiques à ceux des logiciels de la Ligne PME, facilitant ainsi la prise en main et la maîtrise de cet outil de gestion.

Ce module regroupe toutes les caractéristiques propres d'un CRM alliant à la fois performance et personnalisation pour répondre aux exigences des PME. C'est le complément idéal à la Gestion Commerciale pour instaurer une relation étroite avec vos clients et ainsi développer votre business.

QUALIFICATION

Recueil d'informations

Enregistrez une multitude d'informations sur vos clients et prospects : coordonnées, société, CA, effectif, évaluation (froid, tiède, chaud), collaborateur unique, historique... Archivez tous les échanges commerciaux (appels, RDV, emails...) dans le but d'affiner la connaissance de chacun. Centralisez toutes ces informations au sein du logiciel pour disposer ainsi d'une vision exhaustive de chaque contact.

Classification

Classez vos clients/prospects selon leur statut (pistes, contacts ou comptes) pour obtenir une base de données qualitative. Les « pistes » regroupent les prospects peu qualifiés dans le but de les identifier et de les qualifier ultérieurement. Tout ceci pour les faire évoluer en contact (personne physique) ou en compte (personne morale) lorsque la piste sera suffisamment renseignée pour envisager une action commerciale.

Identification des besoins

Grâce à cette connaissance accrue sur votre client ou prospect et par effet d'entonnoir, vous pourrez identifier ou anticiper des besoins précis et in fine concevoir une proposition commerciale personnalisée.

ACTIONS

Opportunités de ventes

Créez des opportunités de ventes en indiquant l'offre concernée, l'état d'avancement, le montant des ventes estimées, réelles... pour un suivi minutieux. Afin de favoriser l'impact de votre offre, rédigez et imprimez un devis avec les produits/services concernés. Vous disposez ainsi de tous les outils pour transformer votre opportunité en vente.

Opérations marketing

Exploitez à 100% votre base de données en réalisant des campagnes de fidélisation ou de prospection avec une offre commerciale répondant aux attentes des clients ou prospects ciblés. Réalisez des actions de marketing direct à l'aide de courriers, d'emails ou de SMS. Puis grâce à un assistant, profitez de modèles pré-établis pour vos supports marketing ou personnalisez-les avec votre propre charte graphique.

Segmentation

A chaque action, une cible ! Segmentez vos contacts sur des critères précis : typologie de client avec un profil commun, opportunité de vente additionnelle ou croisée, données géographiques et autres. Cette distinction vous permettra d'adopter un marketing one to one (personnalisé) : « un message orienté client sera toujours mieux perçu ».

Fonctions Principales

Caractéristiques générales

- Nombre de dossiers : 10
- Aide en ligne
- Barre de tâche et de navigation
- Archivage des fiches
- Sauvegarde et restauration
- Recherche multi-critères sur des mots clés
- Mode réseau (en option)
- Gestion des droits par utilisateur

Gestion de clients/prospects

- Recueil d'informations clients/prospects : coordonnées, société, CA, effectif, évaluation (froid, tiède, chaud), collaborateur unique, multi-adresses...
- Classification des Tiers selon leur statut : pistes, contacts, comptes
- Sous catégorie des contacts et comptes : classification des prospects, clients et fournisseurs
- Gestion des pistes : tiers peu qualifiés
- Conversion sans ressaisie de piste en compte (entreprise) et/ou contact lorsque la piste est qualifiée
- Multiples contacts par compte (entreprise)
- Classification des comptes (clients/prospects et fournisseurs) par famille (association par type)
- Respect de l'Opt-In (réglementation sur l'envoi d'informations et offres commerciales)
- Localisation des Tiers et calcul d'itinéraires avec Mappy, Yahoo France, Bing
- Informations sur la solvabilité des clients avec société.com, manageo, bilansgratuits.fr
- Import/Export des contacts Outlook® et de Google Contacts
- Import paramétrable de tiers à partir de fichiers csv ou txt issus d'Excel®, d'Outlook® ou d'une base de données achetée
- Export vers Excel®

Echange avec un Tiers

- Fichiers e-mails, appels, courriers, fax, tâches, événements
- Création de fiche appel, email... pour archiver les informations liées à un échange avec un Tiers : motif, date, heure, durée, compte rendu
- Affectation de cette fiche au Tiers
- Historique complet de tous les échanges (e-mails, appels, courriers, fax...)

- Onglet « Activités » dans chaque fiche piste, contact et compte pour visualiser tous les échanges enregistrés avec le Tiers
- Alerte de rappel sur les tâches à effectuer

Gestion des collaborateurs

- Gestion d'agenda par collaborateur (journalier, hebdomadaire...)
- Affectation d'un collaborateur unique par tiers
- Objectifs de vente
- Famille collaborateurs pour les classer par secteur géographique, par service ou autres

Opportunité de vente

- Création d'une fiche « opportunité » lorsqu'un besoin est identifié
- Informations sur l'offre commerciale concernée, la date de création, motif de gain/perde, montant estimé pondéré...
- Etat d'avancement de l'opportunité : découverte, analyse des besoins, négociation...
- Pourcentage de réussite par défaut
- Ventes estimées et réelles
- Suivi des opportunités (affaires en cours)
- Historique de tous les échanges par opportunité pour un suivi minutieux
- Edition d'un devis
- Fichier articles (liste des produits/services) : libellé, descriptif, taux de TVA, montant HT ou TTC
- Analyse des résultats : cube de données OLAP(1) pour élaborer des statistiques croisées sur toutes les données du logiciel

Opérations marketing

- Actions marketing ciblées (prospection ou fidélisation)
- Envoi ciblé de courriers ou d'emails grâce à l'assistant de publipostage (courriers) et d'emailing
- Segmentation des contacts sur des critères précis pour les regrouper selon un profil ou un besoin commun (Code Postal, classification, évaluation, origine, statut...)
- Duplication et impression automatique des courriers grâce à l'assistant de publipostage
- Envoi automatique d'emails en nombre
- Modèles de lettres pré-établies : lettres types de courriers (charte graphique + visuels) pour une utilisation immédiate
- Extraction de liste de Tiers selon des critères précis pour réaliser des actions marketing (phoning, emailing...), grâce à la personnalisation des vues
- Campagne de SMS via des partenaires(2) : Eco.sms, SMS Envoi, SMS to b

Personnalisation

- Champs personnalisés : possibilité d'ajouter des champs supplémentaires (texte, date/heure, champ booléen, menu déroulant) dans les fiches Tiers, fiches articles et devis
- Personnalisation des modèles d'impression : activité de la journée, entreprise à fort potentiel, opportunités à venir...
- Personnalisation des vues dans tous les fichiers/listes (contacts, appels, opportunités...): choix des colonnes, filtres sur critères précis...
- Personnalisation des devis
- Création ou modification des courriers existants

Agenda

- Un agenda par collaborateur
- Présentation paramétrable par jour, semaine, mois
- Création et modification des tâches directement depuis l'agenda
- Synchronisation des événements avec le calendrier Outlook®
- Import/Export des événements au Format iCalendar (.ics) et vCalendar (.vcs)

Tableau de bord

- Tableau de bord paramétrable et dynamique (accès aux fiches)
- Futures tâches à traiter classées par priorité (ex : appel à effectuer à tel client)
- Opportunités en cours à traiter
- Graphique de l'évolution du chiffre d'affaires
- Evolution de la qualification des tiers
- Pipeline : statistiques sur l'ensemble des étapes du CRM pour évaluer l'efficacité commerciale

Lien vers un logiciel de Gestion Commerciale

- Lien avec EBP Gestion Commerciale Ligne PME Open Line™ (à acquérir séparément) pour synchroniser ses données sur les tiers (client, prospect, fournisseur) et facturer les ventes

(1) OLAP (On-Line Analytical Processing) nécessite de posséder Microsoft® SQL STANDARD.

(2) Nécessite la souscription à un contrat d'Assistance EBP, hors coût de SMS.

Le module CRM est également disponible en version autonome.

Microsoft
SQL Server 2005

Microsoft
SQL Server 2008

Configurations Minimales Requieres :

- Processeur : Intel P4 2 GHz ou équivalent
- Mémoire : 1 Go
- Ecran : résolution 1024x768 en 16 bits
- Espace disque libre : 2 Go

Systèmes d'exploitation supportés :

- Windows XP® SP3
- Windows Vista® SP1 32 bits & 64 bits
- Windows® 7 32 bits & 64 bits

Windows XP®, Vista® et 7 sont des logiciels dont vous devez faire l'acquisition préalablement à l'utilisation du logiciel.

