

# CRM

## E-learning

### Principe & fonctionnalités

Open-Prod intègre un module CRM (Customer Relationship Management). Les deux grands objectifs de ce module sont :

- 1- L'organisation de l'activité commerciale au quotidien ;
- 2- L'analyse de la performance commerciale.

#### **1- Gestion de l'activité commerciale au quotidien :**

- Acquisition d'opportunités et son suivi ;
- Pilotage de vos équipes commerciales ;
- Management des actions et des relances ;
- Suivi et l'archivage des communications internes et externes ;
- Enregistrement et la classification les documents commerciaux ;
- Génération d'offre commerciale.

#### **2- Analyse/suivi de la performance commerciale.**

Différents indicateurs et analyses pré-paramétrés permettent de suivre la performance, notamment :

- Nombre d'actions par commercial et par service ;
- Projection du chiffre d'affaires par période ;
- Analyse du taux de conversion ;
- Analyse des opportunités, notamment par :
  - Segment ;
  - Commercial ;
- Analyse des raisons de la perte de l'opportunité.

#### **Open-prod et le Marketing Automation ?**

Open-prod n'intègre pas d'outils de Marketing Automation. Ces derniers ont un cycle de vie très court avec des mises à jour régulières qui ne sont pas compatibles avec le cycle de vie d'un ERP. Il est donc préférable d'interfacer Open-Prod avec des outils spécialisés sur le marché comme Mautic... L'interfaçage avec ce type de solution peut se faire par EDI ou web service. Le choix d'utiliser des outils externes de Marketing Automation permet aux clients d'Open-Prod de bénéficier des outils les plus performants et les plus récents.

## Conclusion

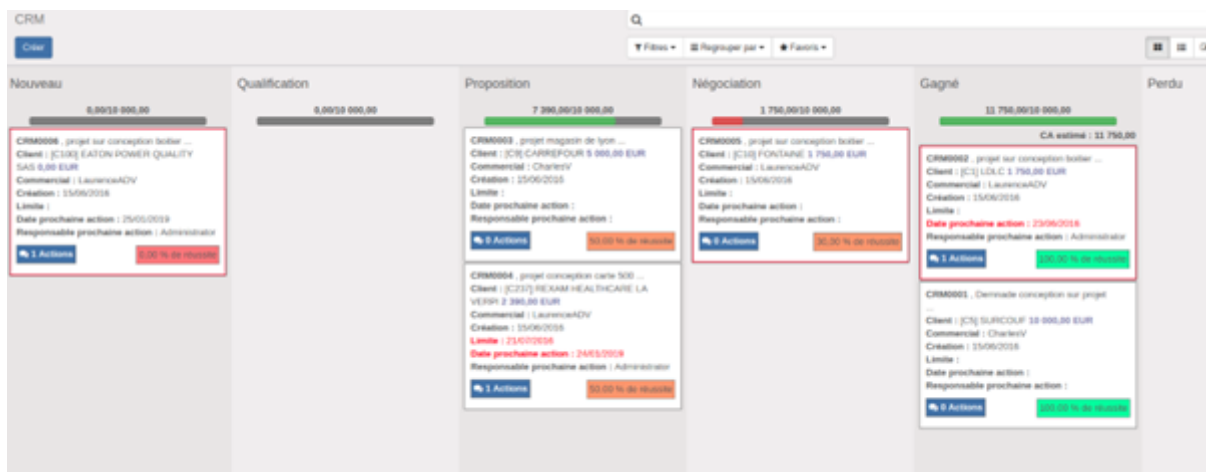
Le module CRM permet de suivre les prospects, d'analyser le chiffre d'affaires potentiel, de convertir les prospects en clients fermes, de rédiger des devis et enfin de générer des ventes.

# Opportunités

Le principal objet de la CRM est l'opportunité. Une opportunité est un projet potentiel : l'objectif est de le convertir en vente. On peut distinguer deux grands types d'opportunités :

- L'opportunité de type projet avec des besoins, une date, un budget,... ;
- L'opportunité de type contact qui ne correspond pas forcément à un projet immédiat mais mérite un suivi, et une relance en vue d'un possible projet direct ou indirect.

Certaines CRMs distinguent les notions de suspect et d'opportunité correspondant à ces deux types d'opportunités. Open-Prod adopte un autre raisonnement : il n'est pas toujours simple de différencier dès le départ une opportunité (projet) d'un contact. Ce dernier peut rapidement devenir une opportunité d'affaire et on se retrouve à gérer deux canaux pour un même objectif. En outre, la **centralisation** présente l'avantage de pouvoir suivre ces deux types d'opportunités dans une interface commune. Le champ **type** servira à différencier les deux types d'opportunités.



## Vue étiquette & processus

Chaque étiquette correspond à une opportunité, soumise à un **processus**. Ce dernier suit le modèle suivant par défaut :

Nouveau Qualification Proposition envoyée Négociation Gagné / Perdu.

Ce processus est entièrement paramétrable. Pour rappel, le glisser-déposer permet de passer d'une étape à l'autre.

**Objet** projet conception carte 500 ... CRM0004

**Commercial** LaurenceADV

**Client** (C25) REAXIM HEALTHCARE LA VERPE

**Origine** ☆☆☆

**État d'esprit** ☆☆☆

**Contact principal**

**Criticité** Normal

**CA estimé** 10 000,00 EUR

**Date de création** 15/06/2018

**Concernant**

**Raison d'échec**

**Type** Projet

**% de réussite** 50.00

**Date limite de traitement** 13/03/2020

**Catégories**

**Actions**

**Description et Actions** **Communications** **Documentations** **Historique**

**Description**

projet conception carte 500

**Actions**

Nom	État	Date de fin	Responsable	Durée
Effectuer une offre	Terminée	15/05/2019 16:04:26	CharlesV	0.00
Point téléphonique	A faire	07/02/2020 17:00:00	CharlesV	0.00

## En-tête du formulaire

L'en-tête de l'opportunité contient toutes les informations générales qui permettront le suivi. Les champs sont décrits ci-dessous.

- **Commercial** : utilisateur du système en charge de l'opportunité. Il sera propagé à la vente générée depuis l'opportunité.
- **Client** : le client peut être une société ou un contact, notamment pour les opportunités de type contact. Dans ce cas, il faut cocher le champ **B2C** pour pouvoir saisir un contact. Une opportunité n'est pas forcément associée à un contact ou à un client : l'utilisateur peut renseigner directement l'onglet contact de l'opportunité, pour éviter d'accumuler des contacts pour lesquels l'opportunité n'a pas abouti.
- **CA estimé** : permet de faire des projections du CA. Il est recommandé de le renseigner le plus tôt possible quitte à réajuster son montant ensuite.
- **Date de création** : date à laquelle l'opportunité a été créée.
- **Contact principal** : contact lié à l'opportunité. Il doit être créé dans la base des partenaires.
- **Date limite de traitement** : date à laquelle l'opportunité doit être traitée. Cette date apparaît dans la vue étiquette et constitue un indicateur de suivi pour les commerciaux.
- **Pourcentage de réussite estimé** : cet indicateur est à faire évoluer manuellement. Il passe automatiquement à 100 % à l'état *gagné* et 0 % à l'état *perdu*.
- **Niveau de criticité du projet** : ce champ est descriptif.
- **État d'esprit** : indicateur d'appréciation globale sur l'opportunité, sur une échelle de 4 étoiles.
- **Type** : permet de classer le projet et influence la saisie d'un CA estimé et d'un pourcentage de réussite.
- **Origine** : canal d'origine de l'opportunité (salon, site internet, réseau, ...). Ce champ est important car il permet de faire des statistiques par canaux et taux de réussite par exemple.

- **Concurrent** : éventuel concurrent sur l'opportunité, à sélectionner dans la base des partenaires. Seuls les partenaires de type *autres tiers* sont proposés. Plusieurs concurrents peuvent être sélectionnés.
- **Catégories** : la catégorie servira à décrire le type de projet. Exemple : grande distribution, détaillants... Une opportunité peut avoir plusieurs catégories.
- **Infos conclusion** : permet d'indiquer un motif pour les opportunités gagnées ou perdues. Ce champ n'apparaît que lorsqu'une opportunité est dans un statut paramétré comme étant un **état gagné** ou un **état perdu**. Ces informations sont stockées dans une table pour être réutilisées et pour faciliter les analyses. Elles sont paramétrables depuis le menu de configuration de la CRM

### Onglet « Description »

La **description** est un champ texte destiné à décrire le besoin du client. Ce texte pourra être mis à jour au fur et mesure de la relation avec le client. Ce texte doit servir à décrire le besoin et non les interactions avec le client : dans ce dernier cas, on utilisera les **notes**.

La **liste des actions** : les actions sont des éléments essentiels dans le suivi de la CRM. Elles doivent permettre de suivre l'ensemble des tâches à réaliser pour une opportunité. Cette liste contiendra le suivi des relances, des rendez-vous, des demandes d'offres, et toutes les autres demandes.

Best practice : une opportunité qui n'est ni terminée, ni en pause, doit comporter une action à faire. Le nombre d'opportunités sans actions (tableaux de bord) est un bon indicateur de suivi.

### Onglet « Communications »

L'onglet « Communication » contient la **liste des contacts de l'opportunité** : l'utilisateur peut envoyer un mail directement à partir de ces contacts. On retrouve aussi ici la **liste des courriels envoyés** à partir de l'opportunité. Ceci permet de bien tracer les échanges sur cette opportunité au lieu qu'ils soient stockés dans la boîte mail du commercial.

*L'utilisation conjointe du RSE pour le suivi interne des discussions sur la CRM rend les échanges plus conviviaux.*

*Grâce au module de transfert de mail, il est aussi possible de transférer un mail d'une boîte utilisateur vers l'opportunité (par exemple avec Zimbra).*

### Onglet « Documentation »

Les documents regroupent deux types de pièces :

- les **notes**, destinées à décrire la relation avec le client. On pourra par exemple y mettre les CR de réunion, les notes à la suite d'une visite, ...

- les **documents** utilisés dans la CRM, qui sont directement intégrés à la gestion documentaire et qui disposent des fonctions liées à la [GED](#) :

- Versions d'un même document ;
- Confidentialité (document visible par une personne ou un groupe de personne) ;
- Type : offre, document client , plan,... ;
- Répertoire : il est possible de structurer la gestion par opportunité à l'aide de répertoires par opportunité ou transverses par métier, par offre, plan, recueil de besoin, ...

### Onglet « Historique »

- Le cadre **Historique** de l'opportunité retrace le processus qu'a suivi l'opportunité avec les dates associées aux changements d'étapes. Si une opportunité passe plusieurs fois par le même état, les dates associées à ce changement d'état seront mises à jour.
- Le cadre **Ventes** liste les ventes générées à la suite de l'opportunité.
- Le cadre **Devis** liste les devis liés à l'opportunité. Ce cadre n'apparaît qu'après l'installation du module **Lien CRM devis** pour lier le module **Devis** et le module **CRM**.

### Onglet « Détails du client »

Depuis une opportunité, il est possible de créer directement un nouveau client/partenaire, en renseignant ses informations dans cet onglet : son nom, son adresse, ses informations. Le partenaire s'enregistrera en tant que *prospect* dans la liste des clients et le champ **Client** de l'entête se complètera une fois le client créé.

Cet onglet disparaît une fois le client créé à partir de l'action **Créer client** sur la droite... Il faudra ensuite compléter la fiche du partenaire pour pouvoir le passer au statut *qualifié*.



### Vue Gant

Il est possible d'afficher les opportunités dans une vue Gant, et de modifier directement depuis cette vue la date de création et la date de fin de traitement des opportunités en réajustant la taille des tickets.

### Remarque

Depuis une opportunité, l'utilisateur peut envoyer des mails et générer une vente via les deux boutons d'actions **Envoyer un mail** et **Créer une vente**. Avec l'installation préalable des modules **Devis** et **Lien CRM devis**, le devis créé pourra être rattaché à une opportunité. Dans une opportunité, il sera alors possible de visualiser l'ensemble des devis rédigés dans le cadre **Devis** (onglet « Historique ») en plus de l'ensemble des ventes.

# Récupération mail

Ce menu est un assistant, c'est-à-dire qu'il est lié directement à une action et non à une vue. À l'exécution, cette action importe les mails d'une boîte mail prédéfinie puis affiche une fenêtre avec un message de type : « [x] mails importés ».

Chaque mail importé génère une opportunité dans la colonne **Nouveau** du processus. Les sociétés disposant d'un site internet ou d'une adresse mail de prise de contact peuvent ainsi **automatiser le traitement des mails de contact** dans Open-Prod, qui sont **convertis automatiquement en opportunités**. Le système est connecté avec l'extérieur : les utilisateurs n'ont plus besoin d'aller consulter l'adresse mail externe.



Pour importer des mails automatiquement, un serveur de mail entrant doit être préalablement configuré dans Open-Prod ; il faut également définir l'adresse mail qui collecte les mails des prospects.

## Analyse

### CRM : Analyse du CA

Ce menu affiche un [tableau croisé dynamique](#) basé sur les opportunités de la CRM. Par défaut, il est construit pour analyser le chiffre d'affaires prévisionnel par vendeur puis par client.

Dans l'exemple ci-contre, on voit que CharlesV peut potentiellement générer un chiffre d'affaires de 12 500 € réparti sur deux clients : 10 000 € pour Surcouf et 2 500 € pour Carrefour.

Comme sur Excel, le tableau croisé dynamique est modifiable. Les  servent à supprimer les lignes / colonnes et les  ouvrent le menu d'ajout d'axes d'analyses. Tous les champs présents dans les opportunités sont sélectionnables.

*On peut par exemple faire une analyse par pays, ville, date de fin de traitement, ...*

Mesures ▾

Action ▾

	- Total				CA prévisionnel
	+ Nouveau	+ Proposition	+ Négociation	+ Gagné	
	CA prévisionnel	CA prévisionnel	CA prévisionnel	CA prévisionnel	CA prévisionnel
- Total	0,00	3 695,00	525,00	11 750,00	15 970,00
- CharlesV		2 500,00		10 000,00	12 500,00
+ [C5] SURCOUF				10 000,00	10 000,00
+ [C9] CARREFOUR		2 500,00			2 500,00
- LaurenceADV	0,00	1 195,00	525,00	1 750,00	3 470,00
+ [C1] LDLC				1 750,00	1 750,00
+ [C10] FONTAINE			525,00		525,00
+ [C100] EATON POWER QUALITY SAS	0,00				0,00
+ [C237] REXAM HEALTHCARE LA VERPI		1 195,00			1 195,00

## CRM : Avancement des opportunités

Ce menu affiche un tableau croisé dynamique basé sur les états des opportunités de la CRM. Par défaut il est construit pour analyser le nombre d'opportunité étant passé par chaque état sur les 12 derniers mois. Cela permet donc de connaître la volumétrie de chaque partie du pipe commercial sur plusieurs mois.

Ce tableau représente le passage d'une opportunité dans un état, si une opportunité passe par plusieurs états, elle sera présente plusieurs fois. De même si une opportunité passe directement de nouveau a gagné, tous les états entre le deux ne seront pas compté (car cet objet n'est pas basé sur un workflow, il n'y a pas de transition entre les états).

Avancement des opportunités	
Mesures ▾	
	- Total
	+ août 2022
	Quantité
- Total	10
+ Nouveau	1
+ Qualification	3
+ Proposition	3
+ Négociation	1
+ Gagné	1
+ Perdu	1



## CRM : Analyse des actions

Ce menu affiche un tableau croisé dynamique basé sur les actions dans les opportunités de la CRM. Par défaut, il est construit pour analyser les actions de chaque responsable (lignes) par statut (colonnes).

L'exemple ci-dessous montre que CharlesV a deux actions à faire dont une réunion et un rappel téléphonique.

La configuration du tableau peut être enregistrée et utilisée comme vue par défaut. Un manager peut ainsi facilement suivre les actions de ses commerciaux et vérifier leur avancement.

Chaque donnée affichée dans le tableau est cliquable : on accède alors à la liste des enregistrements correspondants.

Analyse des actions				
  Mesures ▾				
	- Total			Quantité
	+ A faire	+ Terminée	+ Annuler	
	Quantité	Quantité	Quantité	Quantité
- Total	4	1	1	6
- Administrator	2		1	3
+ Mail	1			1
+ Réunion			1	1
+ Action simple	1			1
- AnaisC		1		1
+ Action simple		1		1
- CharlesV	2			2
+ Réunion	1			1
+ Rappel téléphonique	1			1

## Configuration

Les paramètres de la CRM sont accessibles depuis deux sous-menus du menu **Vente / Configuration / CRM**. Le paramétrage concerne notamment les **catégories**, les **types d'opportunité**, les **raisons de la perte d'une opportunité** et les **états** du processus que suivent les opportunités.

### 1 - Catégories



La CRM gère les catégories d'opportunités, permettant ensuite de faire des filtres et des analyses. Les catégories sont paramétrables dans le sous-menu **Catégories** : elles ne sont pas obligatoires mais apportent de la structure aux données.

Pour plus de visibilité sur la vue étiquette, il est possible de configurer une couleur pour chaque catégorie utilisée (à l'aide d'un clic droit sur la catégorie lors d'une création/modification d'une opportunité).

## 2 - États

Le processus que suivent les opportunités peut être adapté aux processus de l'entreprise, en enlevant ou en rajoutant des états dans le paramétrage.

### Paramétrage d'un état

Un état apparaîtra dans la barre d'état sous son **nom** : il doit donc être unique. L'ordre de l'état dans la barre dépend de sa **séquence**. Plusieurs options permettent ensuite de paramétrer son comportement.

Cadre Paramètres :

- **Replié dans la vue Kanban** : si coché, la colonne se cache ;
- **Etat de la création de la vente** : si coché, le bouton **Créer vente** apparaîtra au moment où l'opportunité arrive à cette étape. Souvent coché pour l'étape « Gagnée » ;
- **État nouveau** : définit l'état initial à la création. Utile pour l'importation des mails ;
- **État gagné** : si coché, le pourcentage de réussite passera automatiquement à 100 %. Il active aussi le champ **Infos conclusion**.

Etats / Nouveau

1/2

Détails

Nom: Nouveau, Actif: ☒, Séquence: 1, P. Technologie: P. Technologie

Paramètres

Replié dans la vue Kanban: ☐, Etat de la création de la vente: ☐

État 'nouveau': ☒, État 'gagné': ☐, État 'perdu': ☐, Est un état final: ☐

Afficher la barre de progrès: ☐, Objectif de la barre de progrès: 10 000, Afficher le total de la colonne: ☐, Vert (%): 70, Rouge (%): 30

Description

Actions

Name	Type	Responsable	Date	Durée

- **État perdu** : si coché, quand l'opportunité arrive à cette étape, le pourcentage de réussite passe à 0 %. Il active aussi le champ **Infos conclusion** ;
- **Est un état final** : permet de définir que l'état est le dernier du processus. Dans le standard, il s'agit des états *gagné* ou *perdu*. Les statistiques ne s'appuient que sur les états finaux ;

- **Afficher la barre de progrès** : si coché, la barre de cumul des chiffres d'affaires des opportunités apparaît sur chaque colonne de la vue kanban pour offrir une visualisation du chiffre d'affaires par état ;
- **Objectif de la barre de progrès** : Détermine l'objectif en termes de CA par état.
- **Afficher le total de la colonne** : si coché, le total du CA cumulé par opportunité sera affiché au-dessus de la barre de progrès ;
- **Vert (%)** : détermine à partir de quel pourcentage de l'objectif la couleur de la barre de progrès passe en vert ;
- **Rouge (%)** : détermine le pourcentage maximum à partir duquel la barre de progrès passe de rouge à orange.
- 

Cadre Actions : Dans ce cadre, on peut ajouter des actions relatives à l'état dans lequel on se trouve. Les actions définies dans cette liste seront créées en automatique au passage dans l'état associé.

### 3 - Types d'opportunité

On peut classer les opportunités par type. Ce type servira aux analyses et peut influencer le masque de saisie d'une opportunité (affichage du CA estimé et du pourcentage de réussite).

On retrouve un champ État dans le type. Si des états sont définis ici, l'opportunité ne pourra pas aller dans un état autre que ceux cités ici. Un message d'erreur bloquera le déplacement en vue étiquette. En vue formulaire de l'opportunité, seuls les états cités ici seront affichés dans le flux de travail. S'il n'y a pas d'état défini, pas de blocage.

### 4 - Origines

On retrouve dans cette table l'ensemble des possibilités pour l'origine de l'opportunité (exemple : téléphone, salon, site web, ...)

### 5 - Informations sur la conclusion d'une opportunité

Lorsqu'une opportunité passe au statut *gagné* ou *perdu*, l'utilisateur peut ajouter une information à ce sujet dans un champ de sélection. Les valeurs proposées sont stockées sous forme de table afin de faciliter l'analyse des pertes d'opportunité au niveau global.

*Exemple : « concurrent mieux placé » sur une opportunité perdue, « effort commercial supplémentaire » sur une opportunité gagnée.*

