

Pour optimiser votre entreprise

CRM

PRO



EBP CRM PRO

Assurez la croissance et la pérennité de votre entreprise grâce à une gestion fine de vos clients et prospects. Simple et efficace, cette solution permet de concevoir et de qualifier une base de données afin d'identifier de futures opportunités de vente. Pour appuyer vos actions commerciales, planifiez en parallèle des opérations marketing de fidélisation ou de prospection.

Open·Line[®]
TECHNOLOGY

3 ATOUTS DU LOGICIEL

MARKETING

Fidélisation
Prospection
Phoning
Email
Courrier
Segmentation

CONNAISSANCE

Opportunité
Qualification
Suivi
Historique

RELATION CLIENT

Recueil
d'informations
Prospects
Clients
Base de données

RELATION & CONNAISSANCE CLIENT

Capitalisez sur vos clients pour développer vos ventes !

La Gestion de la Relation Client (généralement appelée CRM) place le client au coeur de la stratégie d'entreprise : une mesure phare pour fidéliser et accroître ses ventes. Ce logiciel regroupe l'ensemble de ces caractéristiques tout en préservant la simplicité d'utilisation.

Une base de données commune

Centralisez les informations clients/prospects dans le logiciel pour retrouver l'ensemble des données au sein d'une même base et pour disposer d'une vision exhaustive de chaque contact.

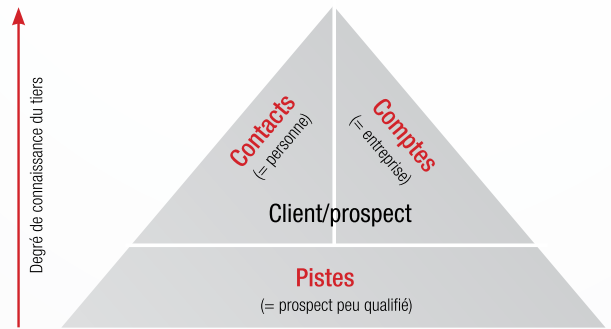
- Affinez la connaissance de vos contacts en enregistrant des informations capitales (ex : coordonnées, email, fonction) et précises (ex : degré d'intérêt, multi-adresses, CA, effectif, code NAF).
- Archivez tous les échanges commerciaux (appels, RDV, emails...) pour disposer d'un historique complet de chaque contact.
- Importez facilement vos contacts au sein du logiciel à partir d'Outlook® ou d'une autre base.
- Travaillez à plusieurs et en simultané avec la version réseau ce qui favorise la synergie entre les différents services de l'entreprise et la qualité de service.

🔗 Cette source d'informations optimise la Gestion de votre Relation Client.

La qualification des tiers

Classez vos contacts selon leur statut pour obtenir une base de données qualitative, génératrice de revenus.

- Retrouvez une caractéristique propre de la méthode CRM : la gestion des « pistes ». Cette fonction importante répertorie les prospects peu qualifiés dans le but de classer les fiches incomplètes. Mettez en place des challenges pour motiver vos collaborateurs en fonction de la qualification des contacts.
- Transformez sans ressaisie vos pistes en contacts ou en comptes lorsque la fiche « piste » sera suffisamment renseignée pour envisager une action commerciale.
- Enrichissez au fil du temps l'ensemble des échanges avec vos tiers pour une connaissance optimale, source de satisfaction client.



Classification des tiers selon leur statut

🔗 L'enrichissement des données vise à augmenter la connaissance client et l'impact des campagnes marketing.

Le suivi commercial

Nommez un interlocuteur unique par contact pour assurer un suivi optimal et générer une relation de confiance avec le collaborateur dédié.

- Attribuez un portefeuille clients/prospects à chacun de vos collaborateurs..
- Organisez vos journées grâce à un agenda par collaborateur (journalier, hebdomadaire) avec la possibilité de programmer des rappels pour un RDV ou pour un appel.
- Fixez des objectifs de ventes pour motiver vos équipes.
- Mesurez l'efficacité de vos collaborateurs : la qualification des contacts, les activités en cours, le taux de conversion des opportunités en vente, l'atteinte des objectifs de vente, le planning.
- Gérez vos priorités avec un écran de travail personnalisé par collaborateur.

🔗 Ce suivi personnalisé favorise la Relation Client.

Le cycle de la Relation Client avec EBP CRM PRO



Les opportunités de vente

Grâce aux données collectées, vous identifiez les besoins réels du tiers que vous matérialisez par la création d'une « opportunité de vente ».

- Suivez méthodiquement les opportunités de ventes : l'offre commerciale, tous les échanges liés à cette affaire, les rappels, la priorité, les ventes estimées.
- Renseignez l'état d'avancement de l'opportunité (découverte, négociation...) qui attribue par défaut un pourcentage de réussite, ce qui permet à partir des ventes estimées d'établir la rentabilité de l'affaire.
- Soyez informé de toutes les opportunités en cours à partir du tableau de bord personnalisable.
- Rédigez un devis en quelques clics en mentionnant les produits et services concernés. Grâce aux fichiers contacts et articles, les informations s'intègrent automatiquement au devis : nom, adresse, produits... sans ressaisie.

 Cette étape primordiale multiplie les chances de transformer l'opportunité en vente.

MARKETING

Proposez une offre commerciale répondant aux attentes des clients ou prospects ciblés.

Les opérations de fidélisation

Aujourd'hui, le bouche à oreille ne suffit plus ! Il est primordial de réaliser des actions de fidélisation pour augmenter le panier moyen de ses clients.


- Exploitez à 100% votre base clients en réalisant des campagnes de fidélisation avec une offre commerciale répondant aux attentes des clients ciblés.
- Réalisez des campagnes marketing grâce à un outil moderne et simple d'utilisation : segmentation, vérification des cibles, sélection des doublons, choix du support (e-mail, courrier, appel, fax), évaluation des coûts de la campagne (fixe, variable), caractère captif des clients.
- Segmentez les clients sur des critères précis : comportements d'achat, opportunité de vente additionnelle ou croisée, données géographiques et autres.

 Le « bon » ciblage d'une opération favorise l'impact et le retour sur investissement.

Les opérations de prospection

La conquête d'un nouveau client nécessite un suivi et une analyse des besoins pointus.

- Grâce aux outils de relation client, le logiciel permet d'identifier le profil et dans un deuxième temps de proposer une offre personnalisée correspondant aux vrais besoins du prospect. Cette analyse offre la possibilité d'adopter un marketing one to one (personnalisé en fonction du client).
- Réalisez des actions de marketing direct à l'aide de courriers, d'emails et même de SMS. Ce dernier permet de cibler le contact en temps voulu et apporte une valeur ajoutée par rapport aux moyens de communication traditionnels.

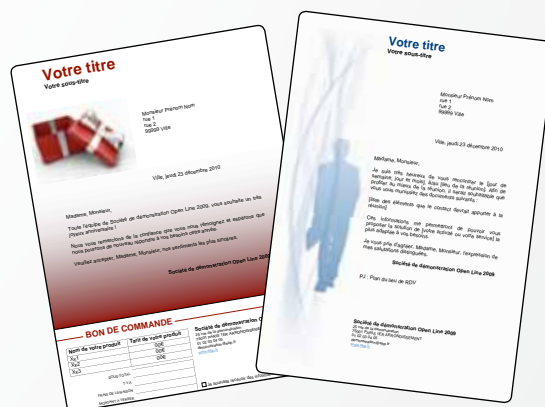
 L'appui des outils marketing dans une opération commerciale booste les ventes.

Les campagnes d'appels

Nommez un interlocuteur unique par contact pour assurer un suivi optimal et générer une relation de confiance avec le collaborateur dédié.

- Réalisez des listes de phoning ciblées en fonction de filtres répondant à des critères précis. Ce ciblage permet de communiquer le même message sur une typologie de clients ayant un besoin ou un profil commun, puis attribuez les fiches d'appels à vos collaborateurs.
- Sauvegardez les informations concernant l'appel sous forme de compte rendu pour enrichir la base de données et partager ces informations.

 La force commerciale et les outils de marketing direct sont les facteurs clés pour accroître les ventes.



Modèles de courriers clients en main et personnalisables



Fonctions Principales

Caractéristiques principales

- Nombre de dossiers : 5 ou 10 dossiers
- Aide en ligne
- Barre de tâches et de navigation
- Gestion des favoris
- **Nouveau** Assistant de navigation personnalisable (Open Guide)
- Archivage des fiches
- Sauvegarde et restauration
- Recherche multi-critères sur des mots clés
- Réseau : jusqu'à 3 postes ou jusqu'à 10 postes (en option)
- Gestion des droits par utilisateur
- **Nouveau** Sauvegarde automatique à la fermeture

Gestion de clients/prospects

- Recueil d'informations clients / prospects : coordonnées, société, CA, effectif, évaluation, collaborateur unique, multi-adresses, famille
- Classification des Tiers selon leur statut : pistes, contacts, comptes
- 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 par famille et sous-famille
- Respect de l'Opt-In
- Assistant de mise à jour des fiches comptes clients, prospects, fournisseurs, contacts, pistes
- Localisation des Tiers et calcul d'itinéraires avec Mappy, Yahoo France, Bing*
- Informations sur la solvabilité des clients avec société.com, bilansgratuits.fr*
- Import/Export des contacts Outlook® et de Google Contacts
- Import paramétrable de tiers
- Export vers Excel®

Echanges 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, compte rendu
- Historique complet de tous les échanges
- Onglet « Activité » dans chaque fiche piste, contact et compte pour visualiser tous les échanges enregistrés avec le Tiers
- Alerte de rappel sur les tâches à effectuer
- Ajout d'un bouton dans Microsoft Office Outlook® pour dupliquer l'email dans le CRM

- **Nouveau** Création automatique d'activités mail depuis les fiches tiers

Gestion des collaborateurs

- Gestion d'agenda par collaborateur
- Affectation d'un collaborateur unique par tiers
- Objectifs de vente
- Famille collaborateurs pour les classer par secteur
- **Gestion des priorités avec un écran de travail personnalisé par collaborateur**

Opportunités de vente

- Création d'une fiche « opportunité »
- Informations sur l'offre commerciale concernée, la date de création...
- Pourcentage de réussite par défaut
- Ventes estimées et réelles
- Suivi des opportunités (affaires en cours)
- Analyse des résultats
- Edition d'un devis
- **Nouveau** Envois des devis (EBP Report Designer) par email au format pdf
- **Nouveau** Recharger l'article depuis le devis
- Fichier articles : libellé, descriptif, taux de TVA, montant HT ou TTC
- Assistant de mise à jour des fiches articles, des opportunités

Opérations marketing

- Actions marketing ciblées (prospection ou fidélisation)
- Envoi ciblé de courriers ou d'emails grâce à l'assistant de publipostage et d'emailing
- Duplication et impression automatique des courriers
- Envoi automatique d'emails en nombre
- Modèles de lettres pré-établies : lettres types de courriers pour une utilisation immédiate
- Campagne de SMS via des partenaires* : Eco.sms, SMS Envoi, SMS to b

Campagnes marketing

- Créations d'actions marketing sur les supports e-mails, appels, fax et courriers**
- Segmentation des Tiers (Code Postal, classification, évaluation, origine, statut...)
- Vérification des cibles de la campagne grâce à la détection des doublons
- Détection des fiches invalides (données non renseignées par rapport au choix du support)
- Création de campagnes d'appels avec attribution des fiches aux collaborateurs
- Evaluation des coûts d'une campagne grâce au module statistique
- Récapitulatif détaillé de la campagne
- Distinction des Tiers sollicités lors de la campagne et ceux par bouche à oreille

- **Nouveau** Export paramétrable des cibles de campagnes pour l'utilisation d'une solution d'emailing externe

Personnalisation

- Champs personnalisés : possibilité d'ajouter des champs supplémentaires (texte, date/heure, champ booléen, menu déroulant) dans les fiches Tiers, articles, devis, ligne de devis, **Nouveau** campagne, cible de campagne
- Personnalisation des modèles d'impression
- Personnalisation des vues dans toutes les fiches/listes

Agenda

- Agenda par collaborateur
- Présentation paramétrable par jour, semaine, mois
- Création et modification des tâches directement depuis l'agenda
- Synchronisation du calendrier Microsoft Office Outlook®
- **Nouveau** Création d'activités avec le critère de diffusion privé
- Activité « appels » : visualisation dans agenda

Tableau de bord

- **Tableau de bord paramétrable**
- Futures tâches à traiter classées par priorité (ex : appel à effectuer à tel client).
- Opportunités en cours à traiter
- Graphique de l'évolution du CA
- 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 Facturation

- Synchronisation des devis, des articles et des unités avec le logiciel Gestion Commerciale PRO (à acquérir séparément)

Compatible

- EBP Reports On Line*** : accès à distance aux données du logiciel EBP via un espace dédié sur Internet depuis un ordinateur, une tablette ou un Smartphone.

*Nécessite la souscription à une Assistance PRIVILEGE ou PREMIUM.

**Nécessite la souscription à Microsoft Office Word 2003 ou supérieur.

***Ce service est inclus dans les Assurances PRIVILEGE ou PREMIUM et peut être également acheté séparément. Pour connaître les conditions tarifaires, merci de nous contacter.

- Fonctions accessibles à partir de la version Classic
- Fonctions supplémentaires à partir de la version PRO

Un mode réseau performant

A partir de 5 postes, le logiciel est proposé avec le moteur de base de données Client/Serveur Microsoft® SQL Server 2008 Workgroup, R2 SP1.

La version réseau ouvre les portes du travail simultané et à plusieurs.



Configurations Minimales Requises :

- Processeur : Intel P4 2 GHz ou supérieur
- Mémoire : 3 Go
- Ecran : résolution 1024x768 en 16 bits
- Espace disque libre : 3 Go

Systèmes d'exploitation supportés :

- Windows XP® SP3
- Windows Vista® SP1 32 bits et 64 bits
- Windows® 7 32 bits et 64 bits
- Windows® 8 32 bits et 64 bits

Windows XP®, Vista®, 7 et 8 sont des logiciels dont vous devez faire l'acquisition préalablement à l'utilisation du logiciel.