AS Adventure : un SAV sans papier grâce à
Dynamics CRM

AS Adventure a automatisé le dernier processus manuel de l’entreprise: son service après-vente. En installant Microsoft Dynamics CRM, son partenaire Infront lui permet de gérer le suivi de tous les dossiers du SAV.

Les collaborateurs des points de vente créent ainsi des dossiers via un module en ligne, qui sont immédiatement transmis dans la liste des tâches du siège central. L’époque du papier autocopiant et des travaux de saisie en Excel est définitivement révolue : tout est géré en mode centralisé dans CRM, qui reprend le statut des produits et la communication avec les fournisseurs. À cet effet, Infront a intégré Microsoft Office 365 au logiciel CRM.

Parallèlement, la chaîne a également automatisé la communication interne avec ses responsables de magasin. Grâce à Dynamics CRM, ils reçoivent désormais un courriel avec un lien vers les tâches et les informations pertinentes pour leur point de vente. Les tâches effectuées y sont cochées, ce qui simplifie très nettement le suivi depuis le siège central.

pays : Belgique

secteur : vente de détail

profil

AS Adventure est le paradis des globe-trotters, amoureux de la nature ou autres pratiquants de loisirs actifs. Qu’il s’agisse d’un des 40 magasins répartis en Belgique, en France et au Grand-Duché de Luxembourg ou de sa boutique en ligne – ils y trouvent toujours un vaste assortiment de produits (plein air, casual, voyage, plage, neige et vélo).

défi

AS Adventure souhaitait automatiser l’administration papier du service après-vente. Le siège central voulait avoir une vision centralisée de tous les produits repris et conserver la communication avec les fournisseurs dans les dossiers liés.

solution

Grâce à la solution CRM de Microsoft Dynamics,
AS Adventure est désormais en mesure d’assurer une gestion totalement électronique de son service après-vente. Au niveau du point de vente, les collaborateurs créent un nouveau dossier via le module en ligne. Ce dossier arrive directement dans la liste des tâches du siège central. La communication avec les fournisseurs y est également enregistrée. Le statut des produits repris est accessible en permanence. En parallèle, la chaîne a également automatisé la communication interne avec les responsables des magasins grâce au CRM.

avantages

Un service après-vente numérique

Création automatique de dossiers

Vision centralisée des produits repris

Statut à jour en permanence

Des listes récapitulatives prêtes à l’emploi

Délai de réalisation court

Notification sur mesure aux responsables de magasin

Comme les tâches exécutées sont confirmées dans le CRM, les responsables de district ne doivent plus appeler les magasins

Le département commercial valide tous les messages en une seule fois

software&services

Servers

Developer Tools

Windows

Desktop Applications

Business Solutions

Online Services

Microsoft Services

Microsoft Technologies

Microsoft Security

tél. +32 3 451 23 91

info@infront.be

En 2012 déjà, le manager TIC de l’année pour les petites et moyennes entreprises était celui d’AS Adventure, essentiellement pour le soutien de la vente multicanal. Le département informatique bénéficie d’une place importante au sein de l’entreprise et participe à l’innovation permanente. Toutes les applications résultent d’un travail sur mesure. Surprenant, certes, mais cette situation ne fait pas exception dans le secteur de la vente au détail. En déployant le Microsoft Dynamics CRM, AS Adventure a ajouté le dernier maillon à son processus d’automatisation. «application quasiment prête à l’emploi et par ailleurs et l’exception qui confirme la règle du développement de logiciels exclusivement en régie», déclare Inge Buyl, responsable du développement du Groupe. Grâce à cette application, AS Adventure gère à présent son service après-vente de manière totalement électronique.

Auparavant, l’administration du service après-vente se déroulait entièrement sur papier. Lorsqu’un client se présentait à l’accueil d’un magasin AS Adventure pour une réparation ou pour faire jouer une garantie, le collaborateur concerné complétait un dossier sur du papier autocopiant: un feuillet pout le client et un feuillet pour le siège central où il devait être réintroduit dans un tableau Excel. Le statut du dossier était également sauvegardé dans ce fichier et pouvait donc être suivi par les différents intervenants (siège central et magasins).

Le CRM de Microsoft donne le statut et un aperçu des produits au niveau du service après-vente

Désormais, les collaborateurs des points de vente créent un dossier via un module en ligne de Microsoft Dynamics CRM. Le système affiche des écrans simples à compléter. «logiciel est très intuitif. Après une brève introduction, tout le monde est en mesure de prendre le client en charge. Une fois que toutes les informations ont été saisies, le client reçoit une impression avec les références, et le dossier est transmis au siège central où il s’enregistre dans une liste de tâches du CRM pour le service après-vente. Lorsque le colis avec tous les produits repris arrive au siège central, les collaborateurs du service après-vente n’ont plus qu’à mettre à jour la liste des tâches», explique Inge Buyl.

Le CRM affiche maintenant simplement le statut d’un produit repris pour les collaborateurs du SAV: dossier créé, envoyé au siège central, chez le fournisseur, retour au point de vente, etc. «’est la raison pour laquelle nous avons opté pour la solution CRM de Microsoft, car elle permet d’automatiser les processus», poursuit Inge Buyl. «service après-vente n’est rien de plus ou de moins qu’un processus de gestion de clientèle avec différentes étapes intermédiaires. Il y a en effet trois évaluations de garantie possibles: au magasin, au siège central et chez le fournisseur.»

L’échange de courriels avec les fournisseurs est également repris dans le dossier

Au siège central, le CRM est totalement intégré à Outlook. Si des produits doivent être traités par le fournisseur, les collaborateurs créent également un dossier fournisseur qu’ils lient au dossier clients. Toutes les communications avec les fournisseurs y sont conservées. «système vient juste d’être mis en œuvre et ses avantages en termes d’accélération du processus ne sont pas directement visibles. Au siège central par contre, nous sommes dorénavant certains de disposer de toutes les informations. En outre, nous avons en permanence accès au statut et à l’historique, ce qui nous permet d’offrir un service de meilleure qualité à nos clients», précise Inge Buyl.

Un déploiement rapide grâce à notre partenaire Infront

Pour Inge Buyl, le choix de Microsoft s’imposait de lui-même : «travaillons avec Microsoft
Office365 et, en outre, nous pouvions intégrer le CRM à Microsoft Office Outlook. Après deux démonstrations, nous étions séduits. Par ailleurs, toutes les listes récapitulatives requises sont déjà traitées dans le CRM, inutile de réinventer la roue. Mais le logiciel est malgré tout quelque peu personnalisable – les utilisateurs peuvent par exemple créer des listes supplémentaires et ce, sans l’intervention du département IT. Grâce aux services web nous avons pu lier le CRM à notre système ERP qui contient les données permanentes, les master data. Cette fonctionnalité est très précieuse, car elle permet aux utilisateurs de ne pas devoir systématiquement jongler avec plusieurs autres applications.»

AS Adventure a réussi à réduire au minimum la durée d’implémentation. «seulement le logiciel est quasiment prêt à l’emploi, mais notre partenaire Infront est également très pragmatique. Il préfère ne pas perdre son temps en administration inutile et a opté pour une analyse très courte parce que le CRM de Microsoft Dynamics peut s’adapter aux avancées du projet. Infront désigne une seule personne qui prend la balle au bond. Une méthode de travail simple et efficace.»

Grâce au CRM, chaque magasin reçoit une newsletter sur mesure

La chaîne était tellement satisfaite qu’elle a rapidement lancé un deuxième projet. Le projet Compass vise à automatiser la communication entre le siège central et les magasins et, parallèlement, à simplifier le suivi des tâches par les responsables des magasins. Ceux-ci reçoivent un courriel avec un lien vers l’écran de démarrage du CRM où ils trouvent un récapitulatif de leurs tâches et de leurs informations.

L’arrivée du CRM est également une bénédiction pour le département Ventes aussi. Les responsables commerciaux reçoivent tout d’abord différentes suggestions de sujets pour approbation dans leur boîte électronique. Ensuite, la ‘newsletter’ est créé dans Word avec les messages sélectionnés. En somme, un processus long et fastidieux hier se déroule aujourd’hui en deux temps trois mouvements. Les responsables commerciaux ont désormais un seul écran reprenant tous les messages qu’ils souhaitent intégrer dans le message Compass et valider. Les textes sélectionnés sont placés dans les listes de tâches correspondantes et liés au modèle créé dans le CRM qui est envoyé dans les points de vente.

Ceux-ci reçoivent alors un courriel sur mesure. «ne doivent plus lire toute la lettre d’information», explique Inge Buyl. «Lorsque la mission a été effectuée, le responsable coche simplement les tâches ouvertes. Avant, les 40 responsables de magasin devaient confirmer l’exécution par courriel. Dans le cas contraire, ils recevaient un appel du responsable du district. Grâce aux filtres, il est toujours possible de retrouver les informations. Par le passé, il fallait chercher les anciens messages Compass dans notre
Microsoft SharePoint et fouiller…»

Un mois et demi après avoir décidé d’intégrer Compass au CRM, AS Adventure est déjà dans la phase de test finale avec trois magasins. Et Inge Buyl de conclure: «un environnement de vente au détail, un transfert rapide d’un logiciel à un autre est essentiel. Et le CRM de Microsoft Dynamics s’y prête à merveille.»

Inge Buyl, Group Development Manager d’AS Adventure : «le colis avec tous les produits repris
arrive au siège central, les collaborateurs du service après-vente n’ont plus qu’à mettre à jour la liste des
tâches»

pour plus d’informations

Pour toute information complémentaire concernant les produits et services Microsoft, veuillez contacter le +32 (0)2 503 31 13 ou visiter le site www.microsoft.be/cases. Vous y trouverez d’autres sociétés qui utilisent des applications similaires.

Pour toute information complémentaire concernant Infront, contactez le +32 (0)3 451 23 91 ou visitez le site www.infront.be

Pour toute information complémentaire concernant AS Adventure, visitez le site www.asadventure.com

«les *views* nécessaires sont traitées dans Microsoft CRM: inutile donc de réinventer la roue! Cerise sur le gâteau: les utilisateurs peuvent créer des *views* supplémentaires sans l'intervention du staff informatique.»

Inge Buyl

Microsoft Office 365