

Business Intelligence



Dématérialisation et Processus



Finance



Gestion



Gestion de la relation client



Maintenance assistée par ordinateur



Voyages et frais professionnels



D I M O
gestion

TEMOIGNAGE



BOSCH AUTOMATION filiale française

Avec l'évolution du métier de l'automatisation, Bosch s'équipe d'un système commercial informatisé adapté aux spécificités de son métier.

A propos de Bosch Automation

Le site Bosch Automation, filiale française du Groupe Bosch, situé à Bonneville, emploie 560 personnes dont 460 sur le site de production et **100 personnes à la direction régionale des ventes** (dont 40 vendeurs, 30 assistantes commerciales et 30 ingénieurs produits. Le canal de vente s'ouvre sur 35 directions commerciales indépendantes.

Bosch Automation, qui est la troisième branche de Bosch, regroupe trois lignes de produits : Pneu — Hydraulique — Vérin. Chaque ligne possède un service commercial indépendant.

Bosch Automation a fusionné le 1er mai 2002 avec la société Mannesmann Rexroth.

répertoire clients et informations, d'où une gestion lourde qui posait d'importants manques de transparence de l'information entre l'opérateur, le chef de commande et le technico-commercial. De nombreuses réunions commerciales étaient nécessaires pour faire circuler l'information au mieux et servir le client correctement.

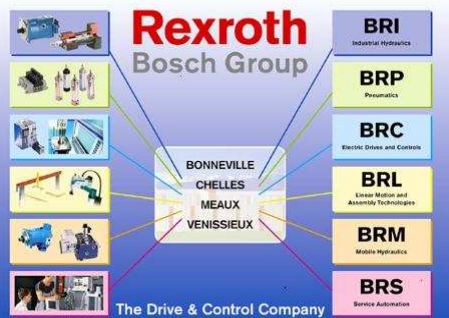
L'ancien système marketing de Bosh utilisait un réseau de mailing peu adapté au métier et ne permettait pas de cibler l'interlocuteur. Les nombreux contacts drainés dans les salons professionnels étaient peu exploités, le pourcentage d'affaires abouties grâce au mailing du salon était faible..

Avec l'évolution du métier de l'automatisation, des lignes de produit différentes se sont mises en place avec enrichissements du fichier des interlocuteurs. Mais le système ne permettait aucun rapprochement entre clients de plusieurs branches de la filiale française.

La gestion papier : lourd, rigidité et perte de temps

L'organisation du service commercial se basait sur des fichiers papier pour

Bosch Automation France décide alors de lancer une consultation pour acquérir un système commercial informatisé adapté aux spécificités du métier.



Business Intelligence



Dématérialisation et Processus



Finance



Gestion



Gestion de la relation client



Maintenance assistée par ordinateur



Voyages et frais professionnels



Siège social

590, allée des Hêtres

69760 LIMONEST - France

Tél. : 33 (0)4 72 86 01 90

Fax : 33 (0)4 72 86 01 99

Agence de Paris

Immeuble Mission Marchand

56, boulevard de la Mission Marchand

92400 COURBEVOIE - France

Tél. : 33 (0)1 72 89 92 10

Fax : 33 (0)1 72 89 92 19

www.dimo-gestion.fr

www.dimo-crm.fr

D I M O
gestion

TEMOIGNAGE

BOSCH AUTOMATION filiale française



Vers une plus grande flexibilité grâce à un paramétrage de pointe adapté au métier

Un comité de pilotage, composé d'ingénieurs de vente grands comptes et réseau de distribution, est constitué pour établir un cahier des charges. Sur les six sociétés consultées, seule l'offre de Dimo Gestion paraît correspondre aux besoins de la société avec la solution Vente Partner.

Bosch Automation avait besoin d'une grande flexibilité du logiciel avec un paramétrage de pointe adapté au domaine professionnel de l'entreprise. La base de données peu contraignante et souple fut un véritable atout.

Un groupe de test de cinq licences pendant 4 mois est mis en place pour vérifier la pertinence de Vente Partner par rapport au domaine. La solution apportée par Dimo Gestion montre la performance du logiciel dans le métier.

Bosch, après cet essai concluant, prend cinquante licences Vente Partner qui tournent aujourd'hui par consolidation aussi bien pour les commerciaux sédentaires que nomades...

Le paramétrage du logiciel par Dimo Gestion apporte une base de données mieux qualifiée qui permet une personnalisation dans les actions publicitaires, dans les salons, durant les rendez-vous et pour les relances d'offre. L'impact des salons s'accroît considérablement avec le suivi de

clientèle et la relance d'offres adaptées au client. Cette solution rend l'information souple et transparente pour tous et permet une remise à jour rapide du planning. Le client cible se retrouve aisément entre les trois lignes de produits de l'entreprise. Les mailing peuvent se faire à partir des fichiers comptabilité et facturation, avec une personnalisation au nom du responsable achat. Ce système évite l'envoi en répétition de la même offre, ce qui se pratiquait avant cette solution. Le mailing peut également toucher des clients d'une ligne de produits qui seraient susceptibles d'être intéressés par les autres lignes de l'entreprise.

Une mise en place planifiée et sécurisée

La mise en place des licences s'est accompagnée d'une hot-line interne et d'un chef de projet supervisant le développement. Des stages d'initiation et de perfectionnement sont prévus en interne pour tous les utilisateurs.

Un bilan très positif

Depuis 2 ans 1/2, la direction générale des Ventes de Bosch Automation joue la carte Vente Partner pour la gestion de la Relation Client. Les adaptations aux spécificités de l'organisation et des lignes de produits s'effectuent rapidement et de manière parfaite.

Un incentive a même été lancé pour dynamiser et impliquer immédiatement l'équipe commerciale, le meilleur « Vente Partnériste » gagne un Palm Pilot !