



Avec Salesforce CRM, Envea prépare sereinement son essor commercial à l'international

« DIMO Software a tenu ses engagements et ses délais. Le partage de l'information - clients, prospects, offres, etc - est un bénéfice énorme et je note la satisfaction des commerciaux, notamment pour la version en mobilité. »

Serge AFLALO, Vice-Président - Sales & Marketing



Le groupe leader dans l'analyse de l'air Envea (ex Environnement SA) unifie, centralise et ouvre ses données commerciales

Environnement SA est devenue Envea depuis le 1er juillet 2018 et constitue un groupe de 600 personnes (C.A. de 80,4M€, dont 6 en R&D) présent dans 70 pays. Ses 6 filiales commerciales et de production couvrent l'Allemagne, l'Italie, le Royaume-Uni, l'Inde, la Chine et les États-Unis. Envea fabrique des appareillages de mesure de l'air et des poussières destinés à l'environnement et aux industries. Ceux-ci peuvent analyser depuis la molécule de type dioxine jusqu'aux particules fines dans l'air, mais aussi mesurer des débits, de la pression, des températures, des écoulements ou des vitesses. Ses clients sont les industriels de tous secteurs et les collectivités locales et territoriales qui imposent un contrôle de leurs rejets via des mesures réglementaires. Ces équipements sont déployés sur plusieurs centaines, voire milliers de km². Les résultats des mesures sont analysés à l'aide de logiciels de traitement de la donnée puis diffusés auprès du grand public.

Le besoin original : la centralisation de l'information commerciale

Leader incontournable de la mesure travaillant essentiellement à l'export,

Envea ne compte pas un grand nombre de clients et doit donc faire face à une rude concurrence allemande, australienne, japonaise ou américaine. Le groupe s'est rendu compte que ses informations commerciales n'étaient ni centralisées ni standardisées dans un Système d'Information adéquat. Les symptômes : chaque commercial gérait son propre carnet d'adresses, peu de sauvegardes, formats hétérogènes (voire papier). Le groupe avait besoin d'une vision globale pour son activité commerciale en plein essor sans forcément avoir recours à un outil très puissant. Souhaitant depuis un certain temps s'investir dans un projet CRM, il n'avait pas encore trouvé le bon outil ni le bon intégrateur.

Un bon intégrateur doit s'adapter au besoin

L'approche d'intégrateur ouvert de DIMO Software sur Salesforce - solution réputée et adaptée aux petits et grands comptes - et sa connaissance d'autres produits a séduit Envea. Avant cela, un ERP faisait office de CRM sans être adapté aux besoins d'Envea en matière d'aide à la décision. Des critères techniques d'intégration et d'expérience ont fait préférer Salesforce à une solution concurrente.



FOCUS

Société : Envea

Secteur :

Instrumentation d'analyse et de mesure pour l'environnement et les procédés industriels

Les chiffres clés :

- Création 1978
- 80,4M€ de CA
- 600 personnes
- 6 filiales

Besoins :

- Centralisation de l'information commerciale
- Processus de digitalisation globale
- Dynamiser son essor international



Une approche purement commerciale

Serge Aflalo, Vice-Président - Sales & Marketing, raconte que le besoin initial consistait à intégrer un CRM uniquement pour la force commerciale française avec une extension ultérieure vers l'international. Débuté en septembre-octobre 2017, le système a été déployé au tout début 2018. L'expérience ayant été couronnée de succès, la solution sera déployée auprès des forces commerciales à l'international pour couvrir leurs besoins internes.

Un accompagnement et un cadencement rigoureux du projet

Une équipe a été constituée autour d'un chef de projet interne, d'un responsable IT, d'un membre de la direction - M. Aflalo lui-même - et de deux utilisateurs finaux. Envea s'en est remis à DIMO Software et Salesforce pour élaborer une ligne directrice technique détaillée correspondant au besoin du groupe pour la récupération de données provenant de l'ERP et la synchronisation. Des comités de direction ont œuvré pour communiquer autour du projet notamment durant les réunions mensuelles des chefs de services durant lesquelles ont été présentés les bénéfices de la solution en matière d'aide à la décision et de diffusion d'une information unifiée.

Le périmètre fonctionnel s'inscrit dans un processus de digitalisation globale

Déployer un outil digital couvrant plusieurs secteurs - et pas seulement le commerce - était crucial pour permettre au groupe de mener une réflexion globale autour de l'évolution de son ERP et la couverture de besoins plus larges, notamment comptables (notes de frais). Intimement connecté au commerce et synchronisé à l'ERP Sage, le CRM est appelé à s'ouvrir vers le service et le mar-

keting. Actuellement, la solution sert essentiellement à la production de devis, au suivi clients et intègre les offres commerciales. Une API a été développée afin de collecter régulièrement des données sur un serveur, l'hébergement s'étant greffé après le début du projet.

Le partage de l'information : un bénéfice inestimable

Des formations courtes ont été mises en place pour deux chefs de projets internes (un commercial, un IT) qui ont eux-mêmes formé et motivé les utilisateurs. Environ 50% des licences sont actives actuellement, un quart sera utilisé plus tard par les gestionnaires d'affaires.

Pour M. Aflalo : "DIMO Software a tenu ses engagements et ses délais. Le partage de l'information - clients, prospects, offres, etc - est un bénéfice énorme et je note la satisfaction des commerciaux, notamment pour la version en mobilité. Nous prévoyons de systématiser l'utilisation des indicateurs préformatés. L'accès à de l'information stratégique permet par exemple de recouper des problématiques clients communes. Nous disposons désormais d'un regard global sur notre approche commerciale, ce qui est très appréciable."

Il ajoute : "La leçon que nous retirons du projet, c'est que l'implication des forces commerciales et des utilisateurs est indispensable en amont pour susciter l'appropriation. Nous allons poursuivre le déploiement de la solution auprès des commerciaux à l'international".

En résumé :

Salesforce CRM donne accès aux forces commerciales d'Envea à des informations centralisées et homogénéisées. Envea peut désormais envisager sereinement de dynamiser son essor international à travers ses filiales.

