

TEMOIGNAGE CLIENT

GINDRE DUCHAVANY STRUCTURE SA GESTION COMMERCIALE AVEC YELLOWBOX CRM

Le leader européen pour la fabrication et la distribution de composants en cuivre prépare son positionnement commercial futur avec un CRM évolutif.

Le groupe Gindre Duchavany (300 M€ de C.A. dont 80% à l'export, plus de 600 personnes dont 1/3 à l'international) est leader européen pour la fabrication et la distribution de composants en cuivre pour l'industrie électrique.

Basé à Lyon et Pont-de-Chéruy, le groupe compte 400 personnes en France, auxquels s'ajoutent une dizaine de filiales fortement implantées en Europe (Angleterre, Espagne, Allemagne, Slovaquie), en Inde et aux Etats-Unis. Gindre traite 50.000 tonnes sur un marché mondial couvrant un million de tonnes.

L'activité est soumise au cours fluctuant de la matière première, ce qui nécessite une adaptation quotidienne de sa gestion des financements et des couvertures dans un contexte industriel et international complexe de fabrication métallurgique et mécanique. Le groupe est confronté à de forts enjeux de développement vers l'industrie de l'automobile électrique qui est appelée à doubler ses composants en cuivre.

Un outil CRM pour formaliser l'approche commerciale

Le recours à un outil CRM devait notamment servir à formaliser l'activité commerciale et éviter la perte d'informations suite au départ d'un poste clé à la direction métier. Le groupe souhaitait aussi explorer de nouveaux marchés à plus forte valeur ajoutée.

L'usage d'un CRM évolutif devait permettre d'avoir un meilleur accès à l'information, aux prospects/clients, au suivi d'activité, aux historiques.

DAF et DSI moteurs du projet

Ces départements ont lancé une consultation avec le concours étroit de la fonction commerciale, alors en pleine transition. Gindre recherchait un outil permettant un usage transverse au sein du groupe. Les buts : harmoniser les processus d'élaboration des offres et des chiffrages et optimiser les opportunités commerciales grâce à des relances pertinentes. Un cahier des charges a été élaboré en 2 mois avant le lancement d'une consultation sur 4 mois ayant abouti à la sélection de 4 éditeurs.



Pourquoi choisir YellowBox CRM ? Le SaaS : un gage d'évolutivité et de flexibilité

YellowBox CRM a été retenu sur la base de critères essentiellement fonctionnels et techniques. La proximité des équipes DIMO Software et le bon relationnel ont été des points non négligeables. La quasi-totalité des applications de Gindre étant hébergée, il s'agissait de lancer une démarche novatrice avec le mode SaaS, perçu comme offrant

une meilleure évolutivité, régularité et constance que le mode hébergé, le volet économique n'étant bien sûr pas négligé.

Une conduite du changement allant de pair avec la dynamisation de la démarche

Durant l'édition 2018 du Forum DIMO, Monsieur Jacquin, DAF et DSI de Gindre, avait expliqué que le prix de la matière était fluctuant et dépendait du cours du cuivre à la bourse. « Le coût du travail à façon est très variable sur les divers composants. S'ajoutent à cela l'achat-revente par divers canaux de distribution et les ventes à la pièce aux grands comptes. Il fallait donc un paramétrage permettant de coller au plus près à l'activité particulière de la société ». Gindre a opté pour un transfert de compétences intégrant ce paramétrage. Les équipes DIMO ont tenu compte des demandes d'évolutions partielles et périodiques des key users et ont fonctionné en mode agile sur ces problématiques.

Une newsletter proposait un point mensuel des évolutions des fonctionnalités. Le déploiement s'est échelonné sur une période de 5 mois (Juil-Nov. 2017) avec un « go-live » en décembre 2017. Pour les filiales, la solution a été rendue opérationnelle d'abord en Espagne (1er trimestre 2018), puis en Allemagne et aux Etats-Unis (2ème et 3ème trimestre). Le déploiement s'est terminé avec la Slovaquie et l'Inde à la fin 2018.

Périmètre fonctionnel : une mécanique au service de la chaîne de valeur du traitement de l'offre

Depuis la modélisation jusqu'à la diffusion, Gindre est désormais en mesure de réaliser des devis, générer et structurer ses offres, assurer le suivi de portefeuilles d'affaires, et analyser la marge. Ainsi, pour l'activité Composants, le chiffrage réalisé par le service technique a été simplifié et sera intégré dans le CRM, ce qui permettra de récupérer des données additionnelles. Le reporting permettra d'analyser dans les diverses offres, les marges apportées par produit, client et famille.

Une interface existe vers l'ERP maison : des données sont récupérées par YellowBox CRM dans le

module de gestion des ventes. Un système d'automatisation de reporting est à l'étude pour créer un véritable outil de BI en aval de la solution.

Un bénéfice concret : la modélisation des offres

Les démarches commerciales étaient jusqu'alors déstructurées avec beaucoup d'offres qui se transmettaient par mails, sans devis construits ni modélisation d'offre par type de produits. L'outil a permis de fédérer et de cadrer l'approche. À l'heure actuelle, la solution est utilisée par près d'une trentaine de personnes. Gindre compte étendre son usage à une cinquantaine.

Le ROI : indissociable de la satisfaction des utilisateurs

Le ROI de la mise en place d'un CRM est difficile à chiffrer. Pour Hervé Jacquin : « Il sera chiffré via l'amélioration de la marge dégagée par nos offres, qui sont en train d'être restructurées en profondeur. Des arbitrages pourront être effectués sur des offres à plus forte marge. Le commerce offrira davantage d'animations ce qui dynamisera les marges. Pour l'heure, en interne, c'est essentiellement la satisfaction des utilisateurs qui fait office d'indicateur ». En effet, la diffusion d'un questionnaire auprès des utilisateurs de YellowBox CRM a permis d'identifier que 100% d'entre eux étaient satisfaits de la solution un an après sa mise en place.

À terme, le CRM sera déroulé jusqu'aux Achats, puis les services techniques pour favoriser l'accès à la documentation et aux plans, où le potentiel est assez important. « Combiner CRM et Business Intelligence/reporting des données, notamment sur le chiffre d'affaires réalisé, est un excellent point de satisfaction » conclut Monsieur Jacquin.

En résumé : Avec YellowBox CRM, Gindre dispose d'un outil qui répond aux besoins de l'ensemble de sa population. Les fonctionnalités de reporting commercial permettent un suivi très fin de l'évolution des marges, une problématique cruciale pour être en phase avec un contexte industriel fluctuant et se positionner avec confiance sur de nouveaux marchés très prometteurs.