



Vous faites quoi déjà chez Zulu?

Groupe Zulu est une firme créative de consultants sympathiques qui collabore avec les entreprises pour les aider à relever leurs défis technologiques et à réaliser leur transformation numérique.

Notre objectif?

Que vous embarquiez avec nous pour obtenir un **impact durable**, même après la fin de notre mandat.

Mais tout d'abord, arrêtons le pelletage de nuages!

Voici concrètement un cas que nous aimerions partager avec vous pour donner une meilleure idée de ce nous faisons réellement.

Étude de Cas

Entreprise manufacturière Haute Technologie

Vente par détaillant et vente directe

Support des détaillants et clients majeurs



Situation initiale :

Les dirigeants voulaient améliorer leur CRM afin de mieux gérer leur équipe de vente. Après 5 ans et 2 firmes de consultants en CRM, rien fonctionnait optimalement et personne n'avait réellement confiance aux rapports.

La demande initiale :

L'entreprise voulait améliorer leur CRM afin que leur vendeur l'utilise davantage.

Notre compréhension :

L'organisation voulait accroître leur vente en accompagnant plus efficacement leur force de vente.

Nos premières actions :

Nous avons identifié des objectifs mesurables. Nous avons défini le travail à accomplir avec une séquence d'analyse, d'orientation et de recommandations. Nous avons élaboré le plan de communication interne et la stratégie de formation.

Lors de la Phase Découverte, nous avons constaté plusieurs enjeux beaucoup plus complexes que le CRM en soi. Ainsi, en présentant le bilan partiel, il a été discuté des diverses solutions communicationnelles et opérationnelles au sein des différentes équipes. Tout en respectant la vision des dirigeants, le processus de résolution a été réalisé en collaboration avec la haute direction.

La résolution:

- Le CRM était rempli d'erreurs --> La programmation fut revue et corrigée. Les processus d'arrière-plan ont été créés afin d'automatiser le travail.
- Plusieurs mots importants avaient différents sens --> Des tables rondes et des entrevues ont contribué à la création du premier lexique de l'entreprise.
- Aucun standard dans l'utilisation du CRM --> Des formations en classe, en télétravail et en individuel ont eu lieu. Des suivis de renforcement par équipe et individuel ont contribué à élever le niveau des utilisateurs principaux.
- Le taux d'adoption des vendeurs était très bas --> Le mouvement créé par nos interactions fut très positif sur leur perception, leur engagement et la rétention des ressources humaines.
- Aucune visibilité des interactions avec les clients par de nombreux départements --> Les processus de la pré-vente, de la vente et de l'après-vente ont été revus. Les différentes équipes ont été formées sur les processus de l'entreprise afin de comprendre les rôles de chacun dans leur entreprise. Aligné sur une vision plus globale, tout est maintenant documenté dans un seul système, soit le CRM.
- Aucune documentation utilisée par les vendeurs --> Une bibliothèque de documents simples de type « Comment faire » est maintenant disponible.

- Un engouement pour de nouvelles fonctionnalités a été engendré --> La mise sur pied d'un processus de suivis des bugs et des idées d'amélioration contribue encore à l'engagement des employés.

Les surprises :

- Le processus de vente n'était pas connu des vendeurs
- Les usagers devaient remplir leur CRM avec un appareil de 4 pouces
- Il y avait 2 ERP et 2 CRM

Les résultats :

- Augmentation spectaculaire des opportunités dans le CRM : 20 fois plus en 12 mois
- Augmentation des activités de vente documentées : 3 fois plus en 12 mois
- Augmentation des nouveaux comptes par an : 50% plus de comptes en 12 mois
- Augmentation de Lead par an : 14% plus de Lead en 12 mois
- Plusieurs autres projets ont découlé dont un majeur qui a bien répondu aux imprévus de la pandémie

Votre entreprise a elle aussi des défis technologiques à relever mais vous ne savez pas par où commencer pour y parvenir?

[Contactez-nous](#), on va pouvoir faire un bout de chemin ensemble.