LIVRE BLANC

GRC

LA GESTION DE LA RELATION CLIENT

LES CLÉS POUR RÉUSSIR
SA TRANSFORMATION DIGITALE GRÂCE AUX GRC (AKA CRM)

POUR LES PROFESSIONS DU DROIT ET DU CHIFFRE

Un grand merci à Marianne Genévrier, Patricia Marchal et Philippe Saint Léger pour leur participation



Marianne GENÉVRIER
Fondatrice Notarianne



Patricia MARCHAL
Fondatrice et dirigeante
d' EDONOT



Philippe Saint Léger
Consultant
en Stratégie de Développement

POURQUOI AURIEZ-VOUS BESOIN D'UN GRC?

C'est vrai ! Après tout, vos clients font appels à vos services sans que vous ayez à communiquer, le reste n'a pas d'importance ... Sans oublier votre fameux fichier Excel qui contient tous vos contacts !
Seulement, votre tableau Excel est un simple fichier qui contient au mieux quelques informations sur vos clients. Vous ne pouvez pas lancer d'actions depuis ce fichier et vos informations ne sont pas mises à jour automatiquement.



Les relations clients vont bien au-delà du simple échange « Service-Produit/argent ».

Aujourd'hui le nerf de la guerre est de capter et de centraliser les données "client" et "prospect". Il est impératif d'avoir une parfaite connaissance de ses clients pour pouvoir leur offrir le bon service au bon moment.

Ce Livre Blanc, dédié aux solutions GRC et intrinsèquement aux relations clients, vous explique comment choisir la bonne solution et le bon partenaire, comment réussir le déploiement technique d'une telle solution et comment faire adhérer ses équipes !

GRC ET RELATION CLIENT : DÉFINITION ET ENJEUX

Le Gestion de la relation client (GRC) ou Customer Relationship Management (CRM) pour les anglophones, est un ensemble d'outils et de techniques employé par les entreprises pour développer et entretenir une relation privilégiée avec chacun de vos clients et contacts.

La finalité me direz-vous ? Offrir le service ou produit adapté au profil de vos clients et ce, au bon moment.

Un terme anglais défini très bien le principe de vendre des produits ou services supplémentaires qui sont intéressants pour vos clients réels: l'Upsell.



NOTA BENE

Tout le monde s’accorde à dire qu’un outil GRC est indispensable pour toute entreprise moderne désirant gagner des parts de marché, être plus proche de ses clients, améliorer la productivité de ses forces de ventes ou encore construire des actions marketing cohérentes.

Un GRC peut vous aider dans votre stratégie commerciale, opérationnelle et marketing.
Dans ce premier volet sur les GRC, nous nous concentrerons principalement sur l'aspect commercial avec comme objectif d'améliorer ses relations clients.

FACTEURS ESSENTIELS

Pour maintenir le contact avec votre client, il faut tenir compte de plusieurs facteurs essentiels à la réussite de votre stratégie de relation client :

- être à l'écoute et connaître son client ;
- faire preuve de compétences relationnelles ;
- maîtriser les canaux et réseaux de communication ;
- proposer une offre de valeur correspondante au client.

Certains de ces points peuvent sembler évidents au premier abord, mais leur importance est telle que les oublier serait catastrophique pour votre stratégie.



ECOUTE & RELATIONNEL



Connaître son client

Sans connaître son client, impossible de communiquer efficacement avec lui, impossible de lui proposer une offre individualisée, et donc, impossible de fournir un service approprié. Pour apprendre à le connaître, il vous faudra recueillir un maximum de données !

Mot clef: **Segmentation.** Cela consiste à regrouper certains clients en fonction de caractéristiques semblables. Au sein de chaque segment, les clients peuvent avoir en commun des comportements d'achat, des besoins, des critères démographiques, des goûts ou d'autres caractéristiques.

Le relationnel

Si vous souhaitez établir une relation sur la durée avec votre client, et ainsi profitez plus longtemps de cette relation, il va falloir rester en communication avec lui avant, pendant et après le service rendu.

Témoignage

"La relation client ne se limite pas à la signature d'un acte. La clientèle attend des contacts et des attentions bien particulières qui, s'ils existent et sont maîtrisés, permettent de fidéliser cette même clientèle. Mon conseil: rester en contact avant, pendant et après la prestation de service mais pas n'importe comment ! De manière personnalisée et rassurante. "

Marianne Genévrier | Fondatrice Notarianne

COMM & OFFRE DE VALEUR



Maîtriser les canaux de communication

Avec l'ère du digital, les canaux de communication se multiplient. Votre stratégie de communication dépendra fortement de votre activité, mais pour ceux qui emploieraient une stratégie dite 'omnicanale', on parle alors de prendre son téléphone une fois de temps en temps, d’envoyer des emails de suivi ou des courriers postaux si besoin et bien plus encore.

Proposer une offre individualisée

En ayant accès à toutes ces données qui constituent le profil de votre client, à tous ces canaux de communication, ce n'est que logique que de s'en servir pour proposer une offre unique à votre client.
Pour résumer, la relation client est essentielle pour toute entreprise en contact avec des clients. Surtout en cette période où l'avènement progressif de la culture de la personnalisation prend de l’ampleur ; souvenez-vous que chaque client est unique et que votre GRC est un outil puissant pour vous aider à identifier à quel moment il est le plus opportun de proposer votre produit|service à tel ou tel profil.

Souvenez-vous également de ce vieux dicton : le client est ROI*.

*Return on investment (retour sur investisssement)

LES 8 CHIFFRES
À CONNAÎTRE SUR LA RELATION CLIENT

1

65% des clients ont déclaré avoir changé de marque en raison d'une mauvaise expérience. (source : Khoros)

2

Si le service client d'une l'entreprise est irréprochable, 78% des consommateurs seraient prêts à leur faire confiance à nouveau après une erreur de la part de l'entreprise. (source : Salesforce)

3

Augmenter les taux de fidélisation des clients de seulement 5 % peut augmenter les bénéfices de 25 à 95 %. (source : Bain et Compagnie)

4

Près de trois consommateurs sur cinq déclarent qu'un bon service client est essentiel pour qu'ils soient fidèles à une marque. (source : Zendesk)

5

Un bon service client impacte fortement les recommandations. Un client qui évalue le service d'une entreprise comme « bon » est 38 % plus susceptibles de recommander cette entreprise.
(source : Institut Qualtrics XM)

6

Investir dans de nouveaux clients coûte entre 5 et 25 fois plus cher que de fidéliser les clients existants.
(source : Invesp)

7😮

Il faut 12 expériences client positives pour compenser une expérience négative. (source : Compréhension des clients)

8

58% des clients seraient prêts à changer d'entreprise en raison d'un service client médiocre.
(source : Microsoft)

VOS CLIENTS: LE CARBURANT DE VOTRE OFFICE



Une solution GRC adéquate peut vous aider à instaurer des relations durables et de qualité.
Ce n'est un secret pour personne que la transformation numérique bouleverse la façon dont les entreprises interagissent avec leurs clients. Ces bouleversements sont l'occasion de repenser des processus usés jusqu'à la corde.

Quel est le secret ? Il n'y a pas vraiment de secret... Il s'agit simplement d'établir des corrélations entre les données.

En associant des sources de données variées dans le cadre de votre activité, vous bénéficiez d'une vision claire et exhaustive de vos clients et de leurs activités. Les informations que vous obtenez grâce à cet aperçu aident tous les collaborateurs à proposer un service approprié aux besoins et au profil du client combinée à une expérience client exceptionnelle à chaque interaction.

Témoignage

"En utilisant un CRM, un notaire peut améliorer la qualité de son service client en ayant accès à toutes les informations importantes au même endroit. Garder trace de toutes les interactions lui permet de fournir un service plus personnalisé et efficace. Cette pratique favorise la consolidation de la relation de confiance avec la clientèle, tout en augmentant le taux de satisfaction."
Patricia MARCHAL | Fondatrice et dirigeante d' EDONOT

FONCTIONS CLÉS



Notez-bien, votre GRC est la base d'une expérience client augmentée. Mis à part faciliter les interactions avec vos clients, votre CRM possède d'autres fonctions clés :

- L'amélioration de la collaboration entre les collaborateurs
- L'augmentation de la productivité générale
- Le pilotage en temps réel de l'activité

De manière plus générale, il est également une formidable opportunité pour vous de retravailler en profondeur vos processus en impliquant les utilisateurs finaux et ainsi donner un nouveau souffle à votre étude en rendant possible la mise en place de réelles synergies entre les départements.

Témoignage

"Un CRM améliore la productivité de l'équipe notariale. En offrant une meilleure coordination et une meilleure communication entre les membres de l'équipe, il permet de réduire les erreurs et les retards, et d'optimiser le travail de chacun. Il aide à savoir qui fait quoi et à mieux répartir la charge de travail."

Patricia MARCHAL | Fondatrice et dirigeante d' EDONOT

PROBLÉMATIQUE

Comment y faire face



Le constat est le suivant : les personnes qui sont censées tirer le plus profit du GRC ne peuvent ou ne veulent pas l'utiliser, parce que les outils CRM traditionnels peuvent s'avérer complexes et peu adaptés aux utilisateurs.

Mais une nouvelle génération d'outils a fait son apparition, et il est temps de poser un nouveau regard sur ce que ces derniers peuvent apporter à votre entreprise.
Les meilleures solutions CRM sont faciles à utiliser, tout en offrant un large champ d'action : elles doivent faire de chaque collaborateur un expert client en mettant la bonne information à leur disposition, avant même qu'ils ne la demandent.
Un CRM moderne segmente et classifie les clients selon différents profils sans effort pour le collaborateur, et propose voir exécute automatiquement une tâche ciblée et personnalisée pour le profil de chaque client.

QUELS SONT LES DIFFÉRENTS GRC SUR LE MARCHÉ ?

On premise VS Cloud

Si on regarde le marché d'un peu plus près, on peut distinguer 2 grandes catégories de GRC:

- Celles qui sont installées sur les serveurs de l'entreprise
- Celles qui fonctionnent en mode SaaS (Software as a Service, pour lequel vous payez un abonnement) et sont hébergées sur le Cloud (certaines données sont hébergées par les éditeurs et non pas sur vos propres serveurs).

La tendance est aujourd'hui clairement portée vers le SaaS. Beaucoup plus simple, agile et réactif. Aucun besoin de maintenance et de très faibles risques de coupures pour les plus grands éditeurs.
Même les très grandes entreprises, historiquement utilisatrices des progiciels de gestion (comme SAP), se tournent désormais vers le SaaS. Les éditeurs l'ont bien compris, et même ceux qui ne proposaient pas cette solution il y a encore peu de temps s'y sont progressivement mis (Microsoft, Sage, Oracle ...).



LES OFFRES





Ils existent différentes offres pour différents besoins.

- Les solutions ultra spécialisées comme Salesforce et Microsoft, Oracle et SAP.
- Des solutions gratuites ou presque pour un faible nombre d'utilisateurs qui vont vous offrir des solutions simples mais permettant de franchir un premier palier pour la vente, le marketing et le service après-vente.
- Des solutions intermédiaires qui offrent des fonctionnalités plus avancées et évolutives.

Chacun doit donc évaluer clairement son besoin et choisir sa solution de manière précautionneuse car un GRC doit vous accompagner pendant de nombreuses années et ne surtout pas entraver votre développement. Au contraire, il est là pour vous aider à l'accélérer.

Vous l'avez compris, il existe divers GRC, plus ou moins performants, plus ou moins onéreux et plus ou moins capables d'accompagner votre entreprise dans son développement.

Un petit conseil ? Lors de votre étude comparative, ne choisissez pas plus de 3 voir 4 éditeurs de GRC pour la partie fonctionnelle. Vous risquez de les confondre et de vous perdre dans la myriade de fonctionnalités. Établissez ensuite une liste des 2 plus intéressants d'un point de vue simplicité, intégration avec votre système informatique actuel, budget, réponse aux besoins et évolutivité pour besoins futurs. La cerise sur le gâteau? Un éditeur ayant déjà une connaissance de votre métier; l'intégration en sera facilité.

Pour des projets de taille moyenne (de 1 à 150 utilisateurs), privilégiez un éditeur qui est aussi intégrateur de ses solutions. La proximité (relation directe avec l'éditeur) est un élément clé. Les offres SaaS seront à favoriser.

LES FONCTIONNALITÉS D'UN GRC



D’UN POINT DE VUE COMMERCIAL

Quelque soit la taille de votre office et la dimension multi-offices ou pas, vous avez besoin :

- De retrouver l’ensemble de vos clients rapidement et simplement et de pouvoir les trier en fonction de critères choisis. Selon votre fonctionnement, il peut être crucial d'élargir votre GRC aux partenaires et apporteurs d’affaires.
- D’avoir l’exhaustivité des informations et des dossiers concernant ce client (ou ce partenaire).
- De collecter et de consolider automatiquement un maximum de données provenant de vos différents supports pour éviter les doubles saisies.
- De retrouver instantanément toutes les interactions qui ont eu lieu avec ce client (ou ce partenaire).
- D'être capable d’analyser toutes les informations simplement via des indicateurs pour permettre de planifier les prochaines étapes (merci les tableaux de bords!).
- D’avoir la liste des étapes possibles selon les profils et pouvoir les lancer par ordre de cohérence et pour certaines, de manière automatique.



Etude de cas | CONSEIL DE GESTION PATRIMONIALE

La loi sur les donations vient d'être modifiée pour les personnes au-delà de 60 ans ayant déjà effectuées une donation les 5 dernières années. Il vous faut donc identifier tous les clients de l'étude qui pourraient être affectés afin de leur communiquer les enjeux de la reforme et leur proposer un RDV de conseil.

1. Votre GRC vous permet d'identifier et de filtrer le groupe de clients de plus de 60 ans, ayant fait une donation il y a moins de 5 ans
2. Une fois la liste des clients filtrée par votre GRC, en un clic, vous pouvez, depuis l'un des modèles pré-enregistrés, envoyer un email à l'ensemble de votre liste .
3. Au choix, le mail peut contenir:
    a. Un lien (Calendly ou autres)pour une prise de rendez-vous
    b. Directement depuis l'agenda de votre GRC, vous pouvez planifier un rdv
    c. Ou assigner une tâche à un collaborateur pour prendre rdv par téléphone
4. Dans la fiche client, vous retrouverez l'ensemble des tâches propres au client, l'historique des échanges et, si besoin, programmer un appel de suivi avec l'enclenchement d'une notification pour ne pas l'oublier.
5. Le tableau de bord vous permet d'avoir une vue d'ensemble de tous les événements à venir pour tous les clients et prospects de l'étude

Sans un outil GRC, ces informations deviennent vite compliquées à rassembler et à utiliser de manière effective.
Ainsi, vous fidélisez vos clients car vous avez su les informer d'une information importante qui les concerne, au moment opportun.

Témoignage

"En tant que Consultant en développement d'activité, mon premier réflexe et d'étudier comment l'étude communique ou ne communique pas avec ses clients et leur proposer des solutions concrètes.
La communication la plus évidente est de fournir de l'information aux clients, de les sensibiliser sur des thématiques qui les concernent et d'actualité.
Sur ce principe et en respect de la déontologie, il faut savoir aller au devant du client. Analyser et exploiter les informations connues et centralisées et utiliser les bons outils (GRC/CRM) pour pousser l'information de façon ciblée et régulière. Sur ces bases, l'étude peut établir une véritable relation avec ses clients afin qu'il voit et sollicite son notaire comme un partenaire dans sa vie de tous les jours et pas seulement sur des évènements ponctuels parfois délicats.
Philippe Saint Léger | Consultant en Stratégie de Développement pour les professionnels du Droit et du Chiffre

Sans oublier que les GRC modernes vont également permettre :

- D'automatiser certaines tâches sans valeur ajouté
- D'avoir un accès complet en lecture et modification de toutes les données sur différents supports mobiles
- De visualiser graphiquement toutes les informations désirées depuis les tableaux de bords et de donner une vue d'ensemble pour les notaires associés, les notaires et les collaborateurs.
- De comprendre les interactions que leurs collaborateurs ont pu avoir avec ce client
- Et bien plus encore



Etude de cas | VENTE D'UN BIEN

Les héritiers d'un client de l'étude souhaitent mettre en vente un bien immobilier estimé à 1.5 M d'euros dans le Sud Est de la France. Il vous faut identifier les clients et partenaires de l'étude qui peuvent être intéressés par ce type de bien dans cette localisation.

1. Votre GRC vous permet d'identifier le groupe de clients et partenaires en filtrant par critère :
    a. Clients: "client en recherche de bien haut de gamme", "localisés dans le sud de la France"
    b. Partenaires: "ayant participé à des ventes supérieures à 1,5 M d'euros
2. Une fois votre liste établie, choisissez le modèle de mail parmi ceux pré-enregistrés puis en un clic, programmez ou envoyez votre email.
3. Au choix, le mail peut contenir:
    a. Un lien (Calendly ou autres)pour une prise de rendez-vous
    b. Directement depuis l'agenda de votre GRC, vous pouvez planifier un rdv
    c. Ou assigner une tâche à un collaborateur pour prendre rdv par téléphone
4. Dans la fiche client, vous retrouverez l'ensemble des tâches propres au client, l'historique des échanges et, si besoin, programmer un appel de suivi avec l'enclenchement d'une notification pour ne pas l'oublier.

La vue "tableau de bord" vous permet d'avoir une vue d'ensemble de tous les événements à venir pour tous les clients et prospects de l'étude

D’UN POINT DE VUE SERVICE

Témoignage

"Beehave, c'est l'alliance entre une solution logicielle adaptable et une équipe compétente, humaine, disponible, disposant d'une grande force de proposition et très à l'écoute de ses clients. Le service client est irréprochable."
Me Lejeune - Notaire associé

La qualité du service rendu au client est devenue primordiale pour les études. A l’ère du “tout – tout de suite”, les clients ne veulent plus s’entendre dire : “Je vois avec mon collègue en charge de votre dossier et je reviens vers vous” et attendre sans plus d’informations une réponse qui n’arrivera peut-être jamais !

Le CRM pour le service client a donc pour vocation de:

- mettre en œuvre une plateforme interactive facilitant le traitement des remontées clients (questions, incidents, réclamations et plaintes) en créant automatiquement des enregistrements (tickets, requêtes ou autre selon les terminologies) qui vont permettre de suivre une par une, mais de manière centralisée, les demandes des clients.
- offrir aux collaborateurs la capacité de traiter rapidement, efficacement, simplement et avec précision leurs requêtes grâce à une base de connaissances partagées, des actions automatiques et une centralisation des actions disponibles sur un seul écran.
- mettre en œuvre et respecter les engagements clients (temps de réponse, temps de résolution…) grâce à des systèmes de compteurs de temps et d’alertes.
- permettre aux collaborateurs de visualiser l’ensemble du parcours clients depuis le début et ainsi répondre à toutes les questions de manière pertinente et surtout éviter de reposer 100 fois la même question !!
- Certains GRC permettent également d’ouvrir aux clients et aux partenaires une fenêtre sur le déroulement du dossier ou du projet, évitant ainsi les attentes et les frustrations.

LE GRC POUR LA DIRECTION

Les GRC les plus performants offrent la possibilité de consolider des rapports sur toute la donnée présente dans l'outil et de croiser toutes ses valeurs entre elles, pour réellement obtenir les données pertinentes à la prise de décision.
Pour plus de facilité dans la lecture, ses rapports sont transformés en graphiques et rassemblés dans un tableau de bord, qui est en permanence à jour.



Témoignage

"Un outil GRC, même simple, est à la relation client ce que le *notaire* est à *l'acte authentique*.
De par mes fonctions, je n'ai découvert les GRC que tardivement. Il y a encore quelques années, le choix était limité: une feuille Excel ou le CRM+++. Autant dire, une simple liste ou un outil complexe offrant un éventail vertigineux de fonctionnalités, le tout à un prix exorbitant. Aujourd'hui, des solutions abordables existent pour chaque besoin. Une entreprise au service de ses clients ne sera pas crédible et ne gardera pas ses clients sur le moyen terme sans un outil GRC."
Yannick Zoccola - Cofondateur Beehave

Etude de cas | PROGRAMMATION ÉVÉNEMENT

L’étude organise un événement annuel pour rencontrer et remercier les partenaires avec qui l’étude a eu le plus d'affaires communes cette année. Qui inviter ?

- Votre GRC vous permet d'identifier les partenaires en filtrant par critère : "partenaire", "plus de 10 transactions à l’année"
- Vous pouvez également ajouter vos clients "VIP" .
- Une fois votre liste établie, choisissez le modèle d'invitation parmi ceux pré-enregistrés puis en un clic, programmez ou envoyez votre email.
- Dans la fiche client, vous retrouverez l'ensemble des tâches propres au client, l'historique des échanges et, si besoin, programmer un appel de suivi avec l'enclenchement d'une notification pour ne pas l'oublier.

La vue "tableau de bord" vous permet d'avoir une vue d'ensemble de tous les événements à venir pour tous les clients et prospects de l’étude

Grace au GRC, vous pouvez segmenter votre base de données et cibler les clients selon vos objectifs.

LES +

LA PORTÉE D'UN GRC

L'acquisition d'une solution GRC a de nombreux avantages, vous l'avez compris.

Résumons rapidement les **atouts clés** :

- Une expérience client et partenaire améliorée (la raison même de ce livre blanc !)
- Un accroissement de la productivité grâce à l'abolition de la double saisie et des fichiers excel
- Une accélération du business grâce à des conversations contextuelles directement au sein de l'outil (les emails remplacent les notifications et les échanges sont directement consignés au bon endroit!)
- La création de nouveaux processus métiers qui peuvent être munis d'automatisations, de règles de validations, de processus d'approbations et plus encore, permettant à chaque département de mettre en œuvre ses processus de manière simple, rapide, évolutive et sécurisée (comme les rapports et tableaux de bord)
- L'accès en mobilité à l'ensemble des données.



Vous l’avez compris, implanter un GRC moderne dans une office est une valeur ajoutée. Il permet une concentration des énergies autour du client et un confort de travail largement supérieur pour les collaborateurs.

Mais rassurez-vous, vous n’avez pas besoin de tout mettre en place tout de suite. Il est d’ailleurs préférable de procéder par étapes.



Témoignage

"Le socle technique no-code de Beehave couplé à notre méthodologie de conception empirique nous permettent de délivrer une solution standard qui par la suite peut être très rapidement personnalisées.
Nous adoptons une approche itérative qui consiste à concevoir une solution en plusieurs étapes. Chaque itération permettant d'ajuster la solution pour qu'elle soit, au final, la plus proche de votre ADN.
Cette méthode évite les erreurs coûteuses en temps et en budget liées aux erreurs de spécifications ou de conception, aux oublis ainsi qu’aux incompréhensions entre les différents acteurs."

Fabrice Teichteil-Koenigsbuch- Cofondateur Beehave

LES ASTUCES

pour un déploiement simple
et efficace

Identifiez les raisons qui vous poussent à implémenter un GRC

Est-ce pour:

- Avoir une meilleure connaissance client ?
- Améliorer l'expérience client ?
- Anticiper les besoins “client” et “prospect” ?
- Aider les collaborateurs à gérer le client plus simplement sans friction ?
- Faire gagner du temps à tous les services concernés ?
- Centraliser et uniformiser vos données client - vision 360°
- Fiabiliser vos données
- Connecter automatiquement les différents outils informatiques de votre entreprise
- Faciliter la collaboration inter-services et le partage de l’information
- Optimiser vos processus internes dont le SAV
- Être mobile
- Permettre l’accès de vos données n’importe où et n’importe quand
- Disposer d’un outil de reporting et de pilotage
- Répondre plus rapidement aux demandes des clients

Un GRC performant sera capable de vous accompagner dans l’atteinte de chacun de ces objectifs mais il serait irréaliste de penser que cela puisse se faire sans prioriser. Il faut accepter que votre démarche GRC puisse se construire dans le temps.
Toutes les entreprises, et ce, peu importe leur taille, sont capables de réussir leur projet GRC si elles respectent une méthodologie (page 25).

Choisissez vos critères soigneusement

Le choix de votre GRC va aussi dépendre de :

- Son usage
- Son design
- Son ergonomie
- Sa performance
- Sa fiabilité
- L’éditeur de la solution

Un petit conseil ?

Fiez-vous à votre première impression. Ce n’est pas parce qu’un GRC possède toutes les fonctionnalités possibles qu’il sera simple à prendre en main par l’ensemble de vos collaborateurs.
Nous le répétons dans tous nos livres blancs, pour une transformation digitale réussie, prenez en compte une solution qui s'adapte à vous dans l'immédiat ET qui pourra également évoluer au fil des changements successifs que votre office rencontrera dans les années à venir.
Quelle que soit votre taille, choisissez une solution évolutive ET personnalisable.

LES ÉTAPES

La méthodologie à suivre !

1

Identifier vos besoins

Toute étude qui souhaite déployer une solution GRC doit définir son besoin d'un point de vue fonctionnel et technique afin de valider que la solution retenue couvre bien le périmètre attendu.

Il est donc impératif de rédiger, au minimum, une expression de besoins, au mieux un véritable cahier des charges. L'expression de besoins n'est pas synonyme d'une rédaction détaillée de chaque fonctionnalité attendue mais elle doit recenser les fonctions clés.

Un petit conseil ?

N'hésitez pas à lister les attentes qui vous paraissent les plus complexes ou critiques/stratégiques et à demander aux éditeurs consultés de les intégrer dans un scénario de démonstration. Vous devez valider que la fonctionnalité existe et que son modèle de fonctionnement vous convienne. Cela permet de révéler l'intelligence de conception de la solution (la logique) et son ergonomie (simplicité).

2

Definir le cadre de son projet

Gardez de la hauteur, réfléchissez à vos objectifs, à vos attentes, à la manière dont vous allez pouvoir améliorer la vie de vos employés et par conséquent augmenter votre satisfaction client !

3

Voir grand, mais commencer petit

Même s’il est légitime dans votre démarche d’envisager un nombre important de fonctionnalités pour votre GRC, il est préférable de prioriser pour que les résultats soient visibles rapidement.

Faites le choix d’un GRC rapidement opérationnel et facilement accessible aux responsables métiers et collaborateurs.
Ils seront ainsi autonomes dans leur gestion quotidienne.

Et n'oubliez pas, l’intégration de votre GRC se construit dans le temps.

4

Impliquer les utilisateurs

Il est essentiel que le top management s’approprie le sujet et implique tous les départements potentiellement concernés. Chaque collaborateur doit aider à la co-construction de l’outil. Ils seront amenés à tester la solution et deviendront des référents de premier niveau pour leurs collègues, de quoi grandement faciliter l’adoption !

Une des particularités de ce type de projet est qu’il a une très forte capacité à décloisonner les services, d’où l’importance d’avoir tout le monde autour de la table !

5

Intégration avec vos outils internes

Assurez-vous que votre solution GRC s'intègre avec vos outils existants et qu’une fonction d’import et d’export automatique de fichiers soit disponible. Cela vous évitera de nombreux casse-têtes !

Ainsi, vous offrirez aux collaborateurs concernés suffisamment de richesse pour devenir plus efficaces.

Il est donc impératif qu’au lancement de votre projet vous sachiez précisément ce que vous souhaitez intégrer comme données. Mais vous devez également savoir si cette donnée peut être intégrée immédiatement ou si elle doit faire l’objet d’un retraitement.

6

Choisir une solution transversale

Le GRC doit être parfaitement contextualisé au(x) métier(s) et aux processus de l'étude. Cette phase permet ainsi de concevoir un modèle GRC dans lequel les utilisateurs peuvent se projeter facilement. Il est donc impératif que le GRC retenu puisse être suffisamment souple pour être personnalisé.

Encore une fois, n'hésitez pas à demander à votre éditeur de tester la solution avec des exemples concrets.

7

Choisissez un logiciel avec un SAV performant

L’accompagnement est essentiel lors de la prise en main de votre CRM.

Assurez-vous que votre choix se porte sur une solution offrant un véritable suivi dans la durée. Vous aurez certainement besoin d’une formation, d’assistance et d’intégrer différentes évolutions au fil du temps !

NOTA BENE

L’accompagnement permettra aux utilisateurs d’élever leur niveau de connaissance sur le logiciel, d’en tirer le meilleur profit et d’accélérer le retour sur investissement attendu.

8

Préparer le terrain

Chaque projet rencontre des réactions de résistance qui sont liées aux changements des habitudes. Il faut, dès le début, intégrer des actions pour faire adopter le changement : réunion de lancement, annonces internes via emailing ou réunions de groupe etc...

Focus sur la réunion de lancement : Elle a l'avantage de mobiliser les différents acteurs du projet ainsi que le management de l'entreprise. Son objectif, au-delà du simple fait de symboliser le démarrage du projet, est d'expliquer à tous les collaborateurs, les enjeux et objectifs du projet, son organisation et son planning.

Grâce à toutes ces étapes et en étant méthodique, vous avez désormais les clés pour intégrer un outil GRC au sein de votre étude.

Beehave peut vous accompagner dans votre démarche en vous proposant des solutions sur-mesure et évolutives.

beehave

LA PLATEFORME BPM DES MÉTIERS DU DROIT ET DU CHIFFRE

Beehave a développé une solution GRC simple, évolutive et adaptée aux besoins du notariat.
C'est un outil qui a été pensé pour que vous puissiez accompagner vos clients et être plus proche d'eux

Il vous permettra de:

- Construire et enrichir votre base client
- Définir les critères qui ont un réel intérêt pour vous
- Ajouter et gérer vos critères selon le développement de l'étude.
- Filtrer votre base par critère afin de proposer des offres et services adéquats
- Rafraîchir votre base client existante et de la maintenir à jour car une base client avec de mauvaises informations ne sert à rien
- Programmer des notifications qui vous rappelleront de faire telle ou telle tâche
- Programmer des envoies d'emails automatiques depuis des modèles pré-déterminés à une liste de clients afin de leur faire part de vos suggestions et/ou conseils
- Mesure la valeur d'un client et ses attentes
- Garder un historique des comptes-rendus, des plaintes, ... par client afin de gérer le suivi
- Planifier des actions à réaliser par vous ou vos collaborateurs à destination de vos clients/groupes de clients

Notre espace GRC est évolutif. D'autres outils pour mieux comprendre le besoin de vos clients et y répondre au bon moment, viendront s'ajouter.

Prenez contact avec nos équipes pour une démonstration rapide de cette solution !

BEEHAVE, C'EST AUSSI:

- Une plateforme disponible sur tous les supports : téléphone, tablette, ordinateur
- Une plateforme pour faciliter le quotidien des collaborateurs en les soulageant des tâches et en allégeant leur charge mentale.
- Une plateforme intuitive: d'un simple changement de couleur jusqu'à la création d'une solution propre à vos besoins, tout est personnalisable.
- Quelques heures vous suffiront à la maîtriser. Quelques heures pour au final, en gagner des centaines !

- Accès rapide et vue d'ensemble de tous les dossiers et pièces
- Pilotage de l'étude simplifié et multi-offices
- Un espace collaboratif qui permet une facilité d'échanges entre vous et vos équipes
- Grand choix de solutions dans notre bibliothèque. Toutes personnalisables pour coller à votre ADN
- Automatisation des tâches
- Vos données importées depuis vos logiciels métiers et interopérabilité avec Genapi. Pas de double saisie.
- Vos tableaux de bord actualisés instantanément
- Notre support client est réactif. Nous nous engageons à vous répondre dans les 24h.

Contactez nous

Pour une démo rapide et gratuite

https://www.beehave.work/fr/

