

## Optimiser les flux d'information

Fondée en 1978 cette société d'ingénierie est spécialisée dans les bancs d'essais et les outils de contrôle pour l'industrie automobile. Elle compte 35 employés et produit des équipements matériels et logiciels. Le marché étant maintenant proche de la maturité, elle concentre ses efforts sur les phases de maintenance et de renouvellement du cycle produit. La société est particulièrement consciente de la pression qui s'exerce sur les prix pour maintenir sa part de marché. Elle souhaite rester concurrentielle en réduisant les coûts techniques et les coûts de production, en intégrant sa force de vente externe, mais surtout en menant une transition vers des systèmes connectés sur Internet avec lesquels les coûts techniques, comme le coût total d'utilisation du client, peuvent être réduits de manière significative.

Les technologies Internet permettent à l'utilisateur/ manager de travailler en temps réel. Auparavant il fallait collecter les données, les traiter puis les analyser tous les jours, voire deux fois par jour. Les clients sont très demandeurs de solutions permettant la collecte et l'analyse des données en temps réel, et pour l'entreprise, la seule réponse possible dans des configurations de sites distants passait par les technologies Internet.

L'extranet mis en place permet désormais de simplifier et de faire circuler les données, il est ainsi devenu l'unique source d'informations de l'entreprise. Toutes les relations avec les revendeurs sont désormais menées sur ce site selon des procédures bien précises. L'extranet a été étendu à l'équipe de vente. Tous leurs matériaux de vente et de support sont sur le site, sur lequel ils peuvent faire un devis en quelques minutes ; le système leur indique même la marge totale afin qu'ils sachent jusqu'où ils peuvent négocier. Le système sert également à suivre les emplois du temps et les frais des salariés mobiles, et la société envisage à terme d'y intégrer l'ensemble de la fonction RH.

L'utilisation généralisée d'outils collaboratifs a permis une réduction des coûts directs, mais aussi d'un grand nombre de coûts indirects comme les frais de communication traditionnelle. Par exemple, le nombre d'appels en après-vente est passé de 100 à 25 par semaine depuis que les revendeurs utilisent l'extranet. La durée moyenne d'une intervention de support technique a également été divisée par deux, grâce à la standardisation et à la codification des problèmes et des procédures. Le système est enfin directement responsable de l'optimisation de la force de vente. Avec le site Internet, le support, le système de devis et l'administration en ligne, les vendeurs passent désormais deux tiers de leur temps face au client pour un tiers seulement d'administration.