

Optimiser les flux de communication

Cette société d'ingénierie est spécialisée dans les bancs d'essais et les outils de contrôle pour l'industrie automobile et compte 35 employés. La société produit des équipements matériels et logiciels avec une durée de vie comprise entre 4 et 8 ans. Le marché d'approvisionnement étant maintenant proche de la maturité, elle concentre ses efforts sur les phases de maintenance et de renouvellement du cycle produit.

Elle est particulièrement consciente de la pression qui s'exerce sur les prix pour maintenir sa part de marché. Elle peut rester concurrentiel en réduisant les coûts techniques et les coûts de production, et en intégrant sa force de vente externe.

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

L'essentiel de la solution a consisté à étendre le site Internet en place, qui n'était jusqu'alors conçu qu'à des fins d'informations, de manière à intégrer un Intranet et un Extranet. Cela a conduit à une réorganisation complète de l'entreprise et à la centralisation des informations. La fonction Extranet permet 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 Internet selon des procédures déterminées.

L'Extranet a été récemment 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 va même jusqu'à leur indiquer la marge totale afin qu'ils sachent jusqu'où 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 de l'Extranet et de l'Intranet 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. Les technologies Internet ont été une vraie révolution en termes d'organisation interne et de processus. Elles ont forcé l'entreprise à repenser la circulation et les flux d'informations en interne, amis également avec ses partenaires.