



Industrie

Saint-Gobain Abrasifs booste son processus de vente avec Salesforce

Un CRM unique et des processus de vente standardisés dans 25 pays de la région EMEA accélèrent les ventes et la croissance du chiffre d'affaires.



Le défi

Saint-Gobain Abrasifs est le leader mondial de la fabrication d'abrasifs pour le façonnage et la finition de nombreux matériaux. L'entreprise a fait ses preuves en matière de qualité produit, de R&D et d'ingénierie. Sa direction souhaitait que ses équipes EMEA en contact avec la clientèle disposent d'outils répondant aux mêmes exigences de qualité pour favoriser son développement et accroître ses ventes.

En raison de sa croissance par acquisitions, Saint-Gobain Abrasifs ne disposait pas d'un CRM unique dans la région EMEA. Pour les activités essentielles comme la gestion des opportunités commerciales, les rapports de visite et les commandes d'échantillons, l'entreprise s'appuyait sur des processus et systèmes locaux disparates, dont certains n'étaient guère plus que des feuilles de calcul.

Un projet informatique et de gestion du changement majeur

Une grande part des revenus de l'entreprise provient de ses clients existants. En passant d'une culture des ventes à une culture de leads, elle peut se tourner également vers des prospects avec une meilleure interaction et conversion. En Amérique du Nord, Salesforce avait été déployé avec un réel succès, résultat que Saint-Gobain souhaitait reproduire dans la région EMEA. Cela nécessitait cependant une mise en œuvre sur mesure de Salesforce, dans 25 pays ainsi que de nouveaux logiciels et processus de vente. Saint-Gobain Abrasifs recherchait un partenaire expérimenté pour gérer ce programme de transformation majeur.

En bref

Secteur d'activité
Industrie

Zone géographique
France

Le défi
Déployer Salesforce Sales Cloud dans 25 pays, en seulement 12 mois

Faits marquants

- Lancement dans 25 pays en seulement 12 mois
- Processus standardisés et efficaces pour gérer les opportunités et établir les devis
- Vue à 360° de toutes les opportunités de la zone EMEA

L'approche

Après un appel d'offres, Saint-Gobain Abrasifs a choisi Cognizant comme partenaire stratégique de ce projet, notamment en raison des succès de Cognizant sur des sujets identiques pour Saint-Gobain Abrasifs Australie et Nouvelle-Zélande.

Tout devait être réalisé dans un délai de 12 mois, ce qui représentait un véritable challenge, compte tenu des diverses langues et cultures régionales. En étroite collaboration avec le responsable CRM EMEA, Thomas Roulet et le DSI de Saint-Gobain Abrasifs, Sébastien Royon, Cognizant a lancé un projet de gestion du changement et a fourni des solutions techniques.

Une réussite en trois phases

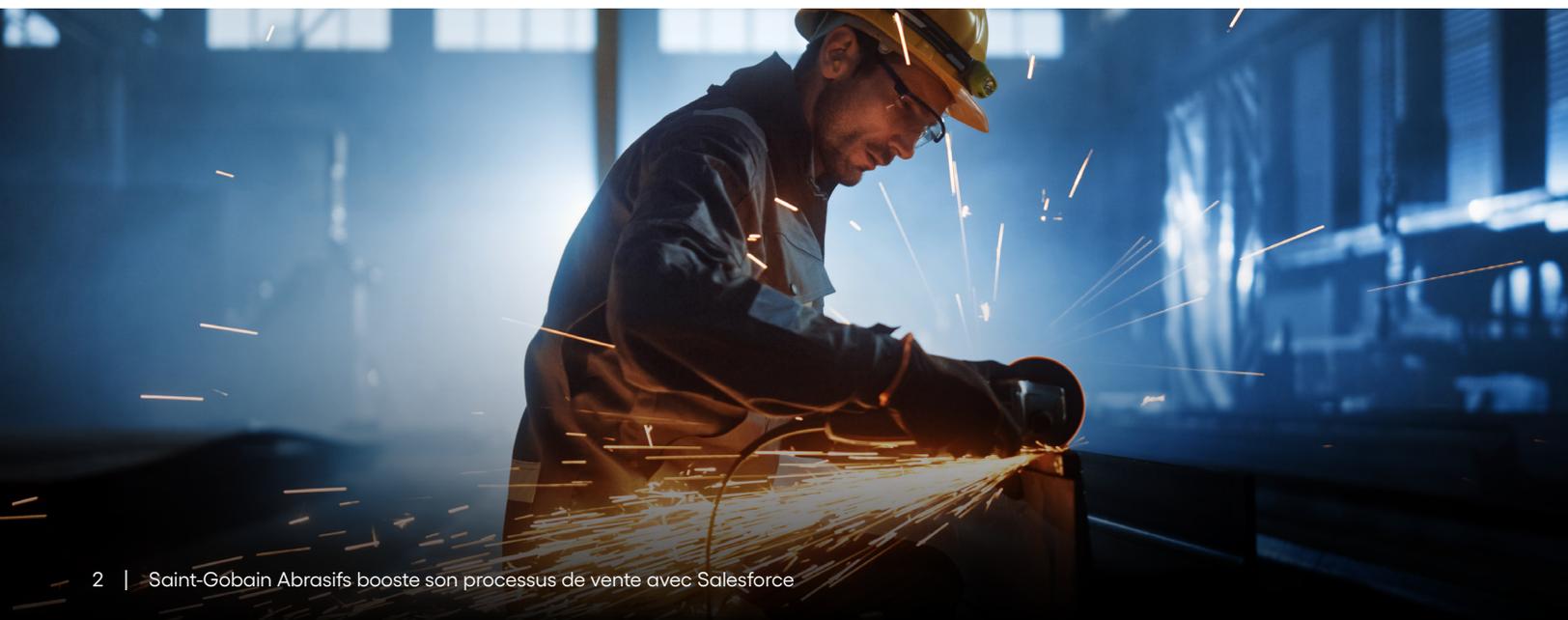
La phase 1 consistait à comprendre les processus existants, recenser les besoins et définir les processus standardisés. Parmi les éléments clés figuraient :

- **La découverte** : comprendre la portée et les exigences du projet.
- **L'identification d'ambassadeurs nationaux** : des experts de la vente, du service client et du marketing, ainsi que des utilisateurs clés de chaque pays ont été recrutés en tant qu'évangélistes Salesforce pour leurs équipes.
- **L'analyse du modèle de base** : les pays ont été regroupés en segments principaux et secondaires en fonction de leur volume d'affaires et de la maturité de leurs processus et outils CRM existants.

- **Définition des processus** : des processus standardisés ont été établis en fonction des besoins du groupe de pays principal, notamment en matière de service client et de marketing, afin de garantir un même état d'esprit « Customer 360 » dans toutes les fonctions en contact avec la clientèle.
- **L'analyse des écarts d'adaptation** : les pays n'appartenant pas au groupe principal ont été pleinement impliqués dans la définition du processus, et leurs besoins supplémentaires ont été pris en compte le cas échéant.

La phase 2 comprenait la conception et le développement de la solution Salesforce personnalisée, ainsi que la gestion continue du changement pour assurer l'adhésion et l'adoption par les utilisateurs. Les éléments clés de cette phase étaient les suivants :

- **Méthodologie Agile** impliquant des sprints de six semaines, ponctués de présentations visant à montrer et expliquer et de sessions de feedback.
- **Le développement d'écrans personnalisés** pour la création de nouveaux prospects, les rapports de visite et la commande d'échantillons, conformément aux processus propres à l'entreprise, s'est avéré simple et rapide.
- **Intégrations à SAP** en tant que système central d'enregistrement, en utilisant webMethods et Talend comme middleware choisi par le client.
- **Environnement de test** pour permettre aux ambassadeurs nationaux et aux utilisateurs clés de se familiariser avec la solution.



- **Échanges en continu** avec les responsables de pays, les ambassadeurs nationaux et la DSI afin de comprendre les problèmes et de s'assurer de l'adhésion.
- **Formation complète** des ambassadeurs de chaque pays et des utilisateurs clés selon une approche de formation des formateurs, comprenant notamment la création de supports de vente et environ 70 heures de formation pratique pour quatre groupes de formateurs.

La phase 3 comprenait la migration des données, les tests utilisateurs (UAT) et le déploiement en production. Parmi les éléments clés figuraient :

- **La migration des données :** collaboration avec la DSI pour migrer les données pertinentes dans Salesforce.
- **Les tests utilisateurs (UAT) :** une fenêtre de 10 semaines pour que les utilisateurs testent le système et signalent les défauts éventuels, suivie d'une correction par l'équipe de Cognizant.
- **La mise à disposition échelonnée :** commencer par la France et déployer d'abord les utilisateurs clés, puis l'ensemble de la communauté des utilisateurs du pays une semaine plus tard.
- **Enrôlement des acteurs externes :** 35 agents de vente externes intégrés au système avec Salesforce Experience Cloud.

Résultats

En seulement 12 mois, Cognizant a mené à bien un projet de transformation opérationnelle et informatique complexe pour Saint-Gobain Abrasifs. Cela comprenait la mise en œuvre personnalisée de Salesforce Sales Cloud et la formation de 650 utilisateurs (vente, service client et marketing), dont des intervenants externes, dans 25 pays de la région EMEA.

Passer d'une culture des ventes à une culture des opportunités

La nouvelle solution devrait transformer l'efficacité des ventes de cette grande entreprise industrielle française, en lui permettant de :

- **Transformer l'efficacité de ses ventes** dans 25 pays de la région EMEA, grâce à une plateforme CRM unique et intégrée.

- **Standardiser les processus de vente** pour l'ensemble de la région EMEA de manière transverse, comprenant plusieurs dizaines d'agents de vente externes.
- **Fournir des devis plus précis plus rapidement** aux clients potentiels, en tirant les données de tarification des produits de SAP.
- **Rationaliser le processus de commande d'échantillons**, permettant aux clients d'essayer les produits avant de les acheter, avec la fonctionnalité personnalisée développée par Cognizant dans Sales Cloud.
- **Accélérer les cycles lead-to-cash** en facilitant le suivi et la gestion des opportunités commerciales dans le pays et la région.
- **Accélérer le développement commercial**, pour identifier et capitaliser sur la demande inexploitée des nouveaux prospects.
- **Améliorer les relations clients** en offrant aux directeurs commerciaux et aux responsables relation client une vue à 360° des opportunités en cours avant chaque rendez-vous client.

Après une mise en service réussie, Saint-Gobain Abrasifs dispose pour la première fois d'un CRM unique et de processus standardisés pour le suivi et la gestion des nouvelles opportunités commerciales. La nouvelle plateforme Salesforce a transformé la culture commerciale de l'entreprise en une culture des leads centrée sur les données, lui permettant de mieux exploiter les nouvelles opportunités de revenus dans toute la région EMEA.

À propos de Saint-Gobain Abrasifs

Saint-Gobain Abrasifs, premier fabricant mondial d'abrasifs, propose des solutions puissantes, précises et ergonomiques permettant à ses clients de façonner et de finir en surface tous types de matériaux, même dans les applications les plus complexes et les plus exigeantes, sur des marchés très divers. Pour en savoir plus, consulter le site www.saint-gobain-abrasives.com

“ Nous recherchions une solution CRM de qualité avec une vue du client à 360°, qui nous permettrait d’accélérer notre développement commercial tout en améliorant l’expérience de nos clients, existants comme nouveaux. Cognizant nous a apporté des éclairages utiles et a conçu une structure de projet collaborative afin d’impliquer les responsables informatiques, les ambassadeurs nationaux et les utilisateurs clés des équipes commerciales marketing et service client de la région EMEA. Résultat : la réussite d’un projet difficile dans des délais courts. ”

Thomas Roulet, CRM Manager EMEA, Saint-Gobain Abrasifs



Cognizant (Nasdaq : CTSI) est une entreprise internationale de services numériques. Nous aidons nos clients à moderniser leur technologie, réinventer leurs processus et transformer leurs expériences afin qu’ils puissent garder une longueur d’avance dans un monde en constante évolution. Ensemble, nous améliorons le quotidien de tous. Découvrez comment sur www.cognizant.com ou [@Cognizant](https://twitter.com/Cognizant).

Siège social

300 Frank W. Burr Blvd.
Suite 36, 6th Floor
Teaneck, NJ 07666 USA
Phone: +1 201 801 0233
Toll Free: +1 888 937 3277

Siège européen

280 Bishopsgate
London
EC2M 4RB
+44 207 297 7600
Email: infouk@cognizant.com

Siège social en France

Tour Ariane - La Défense
5 place de la Pyramide
92800 Puteaux
France
T : +33 1 70 36 56 57

© Copyright 2023, Cognizant. Tous droits réservés. Toute reproduction intégrale ou partielle du document par quelque procédé que ce soit, y compris électronique, mécanique, photocopie, enregistrement ou autre, doit faire l’objet d’un consentement écrit préalable de Cognizant. Les informations contenues dans ce document sont susceptibles d’être modifiées sans préavis. Toutes les autres marques commerciales mentionnées dans ce document sont la propriété de leurs détenteurs respectifs.