

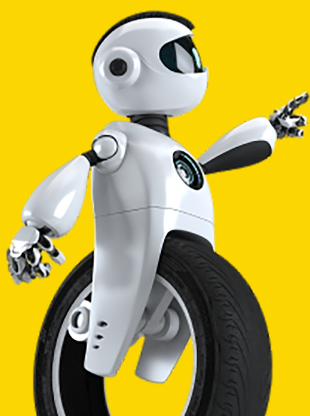
Témoignage client



Allopneus

# CRM et Digitalisation :

## Comment Allopneus a redéfini sa relation client



[zoho.com/fr/one](https://zoho.com/fr/one)



## Les cordonniers sont les plus mal chaussés, ou comment fournir un support à ses clients sans l'outil adéquat ?

C'est le paradoxe qu'a résolu AlloPneus par l'une de ses filiales, Call For You, en charge de la relation client du groupe.

AlloPneus.com, leader français de la vente et du montage pneumatique, a été fondé en 2004 et est connu sur le segment grand public, notamment pour ses offres BtoC destinées aux professionnels : garages, taxis, ambulances, agriculteurs...

D'ailleurs après ses plus de 3,5 millions de pneumatiques vendus en 2021, le groupe Michelin a fait l'acquisition à 100% du capital d'AlloPneus en janvier 2022.

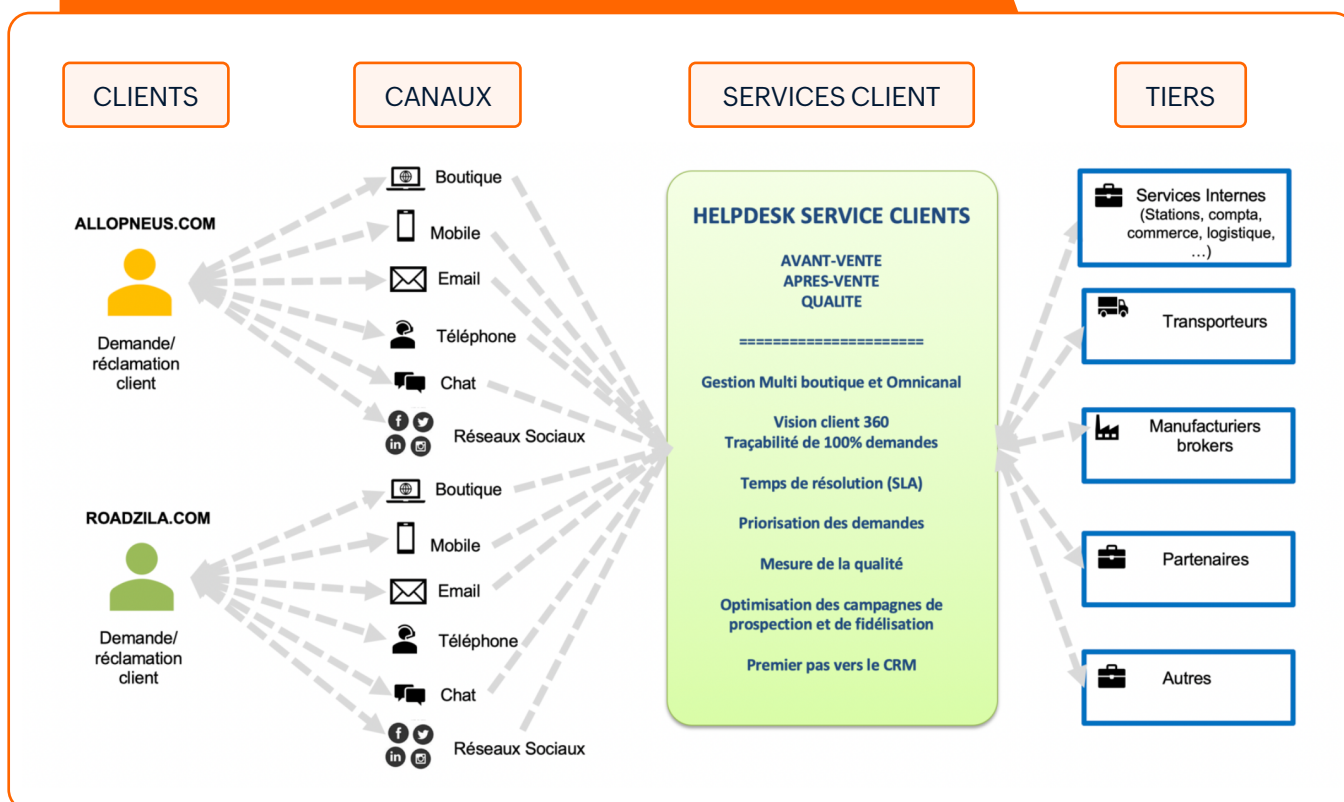
## Ses missions principales reposent sur trois piliers :

- Les campagnes marketing pour la prospection, l'animation et la fidélisation client.
- L'avant-vente, avec l'assistance commerciale.
- L'après-vente, avec la gestion des réclamations, qu'elles proviennent des clients ou des fournisseurs.

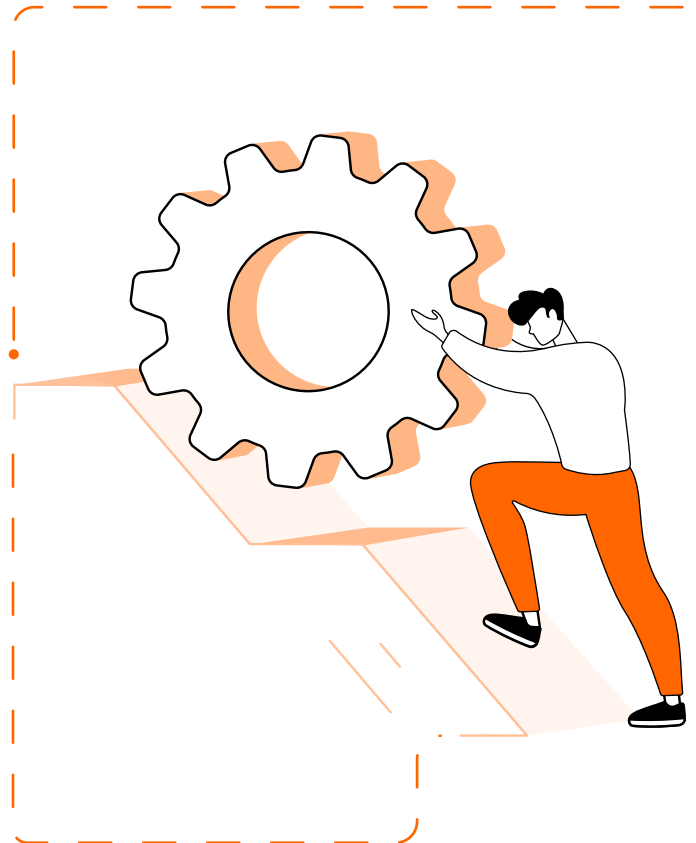
Quelle que soit l'étape du parcours d'achat dans lequel se trouve le client, c'est à Call For You qu'il revient de répondre aux questionnements du client, que ce soit par téléphone, formulaire, chat ou e-mail. À cette fin, elle est également active sur différents programmes marketing, dédiés à l'animation des communautés, à la prospection et à la fidélisation.

## L'enjeu de l'outillage

### Solution Helpdesk - Schéma fonctionnel



Si les missions sur le papier sont assez claires, la problématique ne se fait pas attendre devant la multiplicité des recours client aujourd'hui, doublée d'un appareil marketing vieillissant qui freine l'activité plus qu'il ne la supporte, surtout lorsque celle-ci atteint un volume critique (jusqu'à 50 000 contacts en pics d'activité) et que jusque là, les agents ne travaillaient qu'avec des fichiers Excel et un service de téléphonie.



**Cette problématique a nourri des pistes de réflexion quant à la recherche d'une nouvelle solution et ce dans une finalité à double sens :**

- Du client vers le service : disposer d'un référentiel client **centralisant les données** récoltées lors des interactions.
- Du service vers les clients : outiller son service client d'une solution de centre de contacts omnicanale, lui permettant d'évoluer sur le plus de plateformes possibles (mail, réseaux sociaux, ticket web, téléphone...).



La recherche d'une application visait déjà à répondre au nombre de demandes client que nous recevions, **en avant-vente comme en après-vente.**

**Caroline Letheuil**

Product Owner



## Enjeux supplémentaires :

- Maintenir l'activité lors de l'implémentation de cette nouvelle solution, qui ne doit pas léser l'entreprise.
- Limiter les sollicitations auprès de la DSI qui dispose de peu de ressources. Ainsi les solutions les plus connues (et les plus chères) ne bénéficiaient pas d'un accueil très enthousiaste à l'appel d'offres lancé fin 2018.

Or Maxime Banjac avait déjà quelque connaissance de Zoho et s'est penché davantage sur ce que la solution pouvait concrètement apporter à Call For You. Et c'est par l'omnicanalité, critère essentiel, par sa spécialisation dans l'expérience client, et surtout par l'absence de lourdeur dans la mise en place que Zoho relève le gant. En outre, la solution SaaS propose une suite de logiciels intégrés les uns aux autres : Zoho One.

## Comment s'est passée l'implémentation?

L'intégration de Zoho One prendra environ un an et débute durant l'année 2019. L'objectif de ne solliciter la DSI qu'au minimum a été atteint grâce à la facilité d'intégration des différentes applications du pack entre elles : la DSI ne s'est concentrée que sur le développement des flux d'alimentation via API.

Quelques personnes se sont occupées de l'implémentation du projet et la DSI n'a été sollicitée en renfort que pour l'intégration.

Ainsi, les fiches sont remontées toutes les 5 min dans Zoho et le service client, toujours au courant de ce qui se passe, peut opérer en back-end.

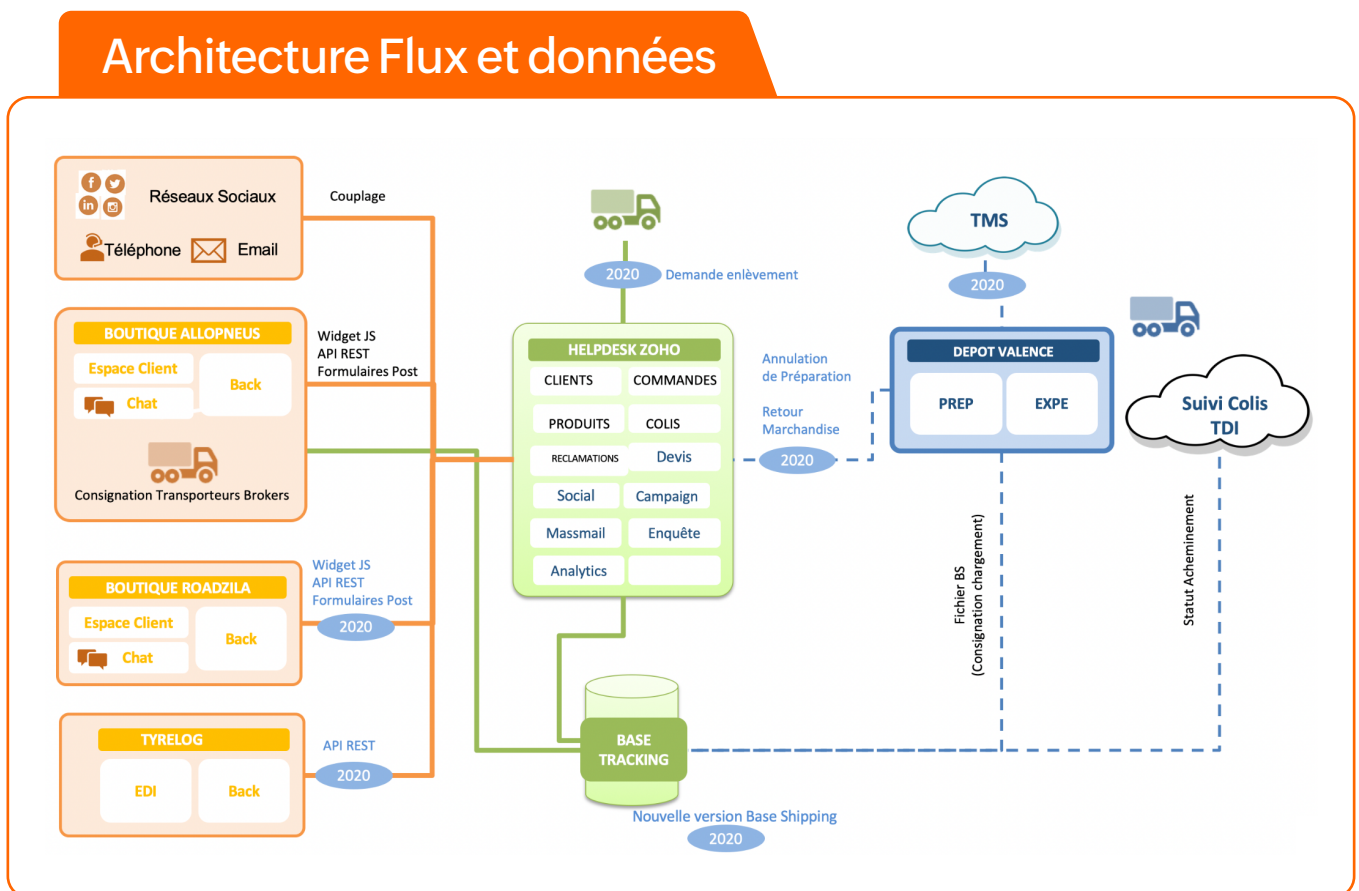
Ces flux qui viennent alimenter la base Zoho ont été faits par ces personnes même, qui se sont formées en autodidacte et sont montées encore en compétences sur les produits Zoho au cours de cette année 2019.



Ce n'est qu'une fois ces différents flux de données implémentés que Call for You fait appel à un partenaire intégrateur Premium de Zoho, la société Mobix, afin de déployer et d'améliorer la plateforme en continu. Cette mise en place finalisée permet à l'entreprise d'entamer différents programmes de formations à l'attention de ses agents et collaborateurs et en février 2020, la bascule est effectuée : la suite Zoho One entre officiellement en activité.

Une autre bascule inattendue advenue en février 2020 a été le télétravail irréfragable, qui n'a été qu'une formalité avec les outils Zoho en place et le personnel formé.

## Quels outils ont été mis en place ?



L'objectif de centralisation de la donnée a donné la priorité aux solutions CRM et Desk, ainsi qu'à Analytics pour analyser lesdites données.

Ces trois mastodontes de la suite Zoho permettent une relation client fluide : en centralisant les données, comme souhaité, dans le CRM, et en reliant le support Zoho Desk aux différents canaux — et applications marketing — pour l'omnicanalité. Surtout, Zoho Analytics permet une visualisation très claire des données à partir de toutes les applications. Call For You a l'outillage qu'elle souhaitait : **compact, cohérent, intégré.**

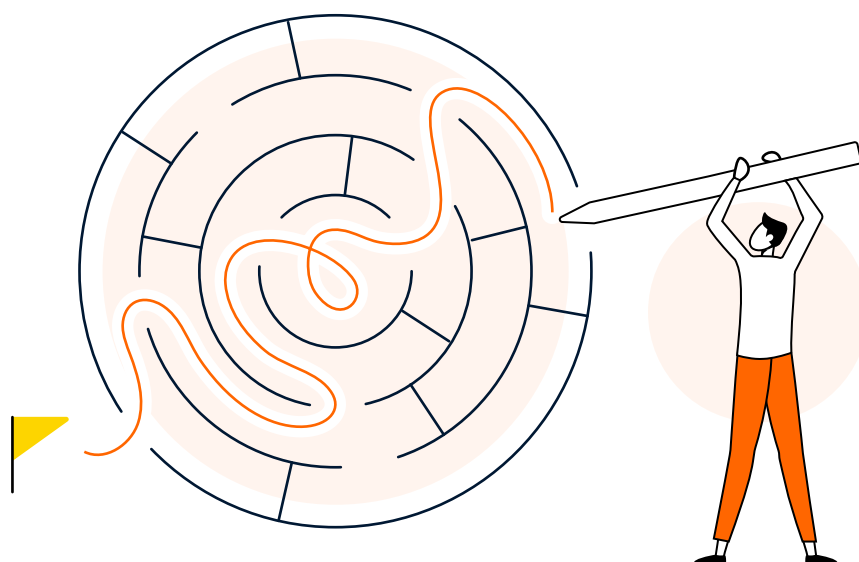


Il s'agit d'assurer à nos clients **une expérience personnalisée, de déclencher des actions au bon moment**, et cela grâce à une vision client unifiée

## Caroline Letheuil

Product Owner

Très vite, de nouvelles applications déjà disponibles dans le catalogue de Zoho One vont venir compléter le besoin d'omnicanalité, à commencer par Zoho Social, la plateforme de gestion des réseaux sociaux, qui permettra aux opérateurs de Call for You de dépasser le stade du simple monitoring de la e-réputation et de répondre directement aux messages privés envoyés sur les réseaux tout comme d'être pro-actifs dans leur démarche.



L'outil aidera à repérer des "signaux faibles" émis par des consommateurs (comme une contrariété signalée par ces derniers), ce qui entrainera par exemple l'émission d'offres promotionnelles et facilitera l'acte d'achat en plus de soigner la réputation d'Allopeus.



Dans le même cas où un client exprimerait son insatisfaction sur les plateformes sociales (Facebook, Twitter, sites d'avis clients...), les conseillers pourraient entrer en contact direct avec ce dernier afin d'apaiser la relation.

Pour optimiser la relation client, une base de connaissance depuis Zoho Desk est accessible aux différents agents afin d'une part de répondre de manière cohérente aux prospects comme aux clients et d'autre part d'optimiser le temps de réponse de chaque ticket pour les problématiques les plus fréquemment rencontrées.

C'est déjà le cas pour Sales IQ, le chatbot intégré sur le site web qui est directement connecté à Zoho Desk pour répondre aux demandes faites par ce biais.

Le service client a trouvé son bonheur en solutions, car Zoho Campaign a également été déployé pour les campagnes d'e-mailing pour la prospection et la fidélisation, ainsi que Zoho Survey pour récolter les avis clients par le biais de questionnaires et sondages et Zoho Sign pour la signature électronique — essentielle comme salvatrice au vu du contexte dans lequel cette implémentation s'est faite.



**C'est un bundle très complet et intégré.** Cela offre une vraie souplesse d'utilisation à l'ensemble de nos agents, sur site et à distance.

Toutes les données et interactions avec le client sont en effet synchronisées en temps réel dans le CRM de Call for You : les collaborateurs disposent ainsi d'informations on ne peut plus fiables, sans doublons ni absence de mise à jour.



## De nouveaux cas d'usage se sont faits jour et la société Mobix a notamment concouru à :

- L'optimisation des campagnes marketing, grâce à l'utilisation conjointe de Zoho Campaign (marketing automation) et des segments marketing définis au sein de Zoho Analytics.
- Un outil de centralisation des avis clients et du calcul de la satisfaction client (NPS - Net Promoter Score).
- Un outil de gestion de consentements permettant de centraliser les différents optin et optout client dans notre base de référentiel client et le croiser avec la stratégie RGPD.

En addition à la suite marketing, l'utilisation de l'outil low-code Zoho Creator a offert à Allopneus une grande souplesse dans la personnalisation des solutions. Avec l'aide de Mobix, l'entreprise a ainsi pu mettre au points plusieurs fonctionnalités dans le but de répondre à des besoins précis.



## Ainsi, Zoho Creator a permis la mise en place de plusieurs fonctionnalités clés :

- Un système de scoring client, qui permet d'identifier et d'analyser automatiquement les réclamations par ordre de priorité.
- Un système de gestion des litiges avec les transporteurs, qui est remonté dans Zoho Desk et le CRM afin d'interagir directement avec le transporteur. Quand une commande dépasse un certain délai, une alerte est envoyée et permet à l'entreprise d'agir proactivement.



Le low-code est un bon moyen de concevoir les briques manquantes et pour répondre à un besoin très spécifique

**Ramona Gheorghiu**

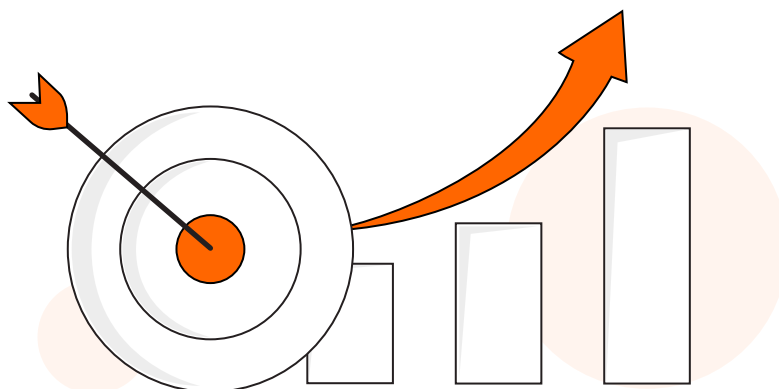
Directrice Production chez Mobix



## Les résultats

Des résultats indiscutables, puisque Call For You peut se targuer d'une favorisation de l'industrialisation des process, rendue possible par ces solutions intégrées ainsi que la donnée intégrée et fiabilisée. Une normalisation des usages qui elle-même a entraîné une hausse de la qualité des réponses apportées aux clients (réponses homogènes grâce à la base de connaissances) ; enfin d'une mise en place du télétravail pour les collaborateurs, rendu possible par l'accès à distance à la suite Zoho One. C'est non seulement tout un call center qui est passé en distanciel, mais aujourd'hui encore 10 personnes venant sur site contre 60 avant la pandémie, les agents préférant la flexibilité du télétravail.

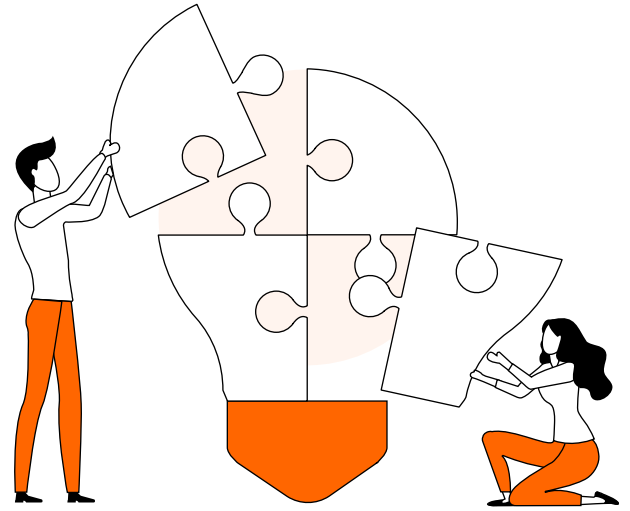
A l'aise avec les outils, l'équipe est contente de tout ce qu'elle peut tester et créer pour s'améliorer constamment et couvrir de nouveaux cas d'usage.





Nous avons su créer une relation de confiance entre la solution, les équipes de Call for You et notre DSI.

La collaboration avec Zoho est une expérience positive qui a répondu à des besoins spécifiques sans pour autant à avoir recours à un intégrateur dès le début. Le souhait est d'aller à présent encore plus loin, vers un CRM qui soit maître de la donnée... avec la bénédiction de l'ensemble des parties prenantes DSI et Marketing groupe.



## Le mot du partenaire intégrateur

La société MOBIX, partenaire Premium de Zoho, est très fière de contribuer à l'amélioration du système d'information d'Allopeus et de permettre à ses utilisateurs de tirer un meilleur profit des produits Zoho et d'accélérer leur digitalisation. La richesse de l'architecture et des processus métiers apporte quotidiennement à notre équipe de nouveaux challenges pour lesquels nos compétences CRM, Desk, Analytics, Creator, Campaigns, Deluge, Flow, Sign, etc. sont mises à grande contribution.

