

Brisach « met le feu » à ses ventes avec easicrm d'easiware !

Un déploiement national qui permet à Brisach de mieux gérer les opportunités commerciales provenant de son site web et de les répartir sur l'ensemble de son réseau de concessionnaires. La solution en mode hébergé a permis un déploiement rapide qui affranchit les utilisateurs de toute manipulation technique. L'ensemble du groupement profite d'une meilleure performance globale via notamment l'animation renforcée des forces commerciales et la gestion des campagnes marketing.

Paris, le 23 juin 2010 – Créée en 1961, la société Brisach SAS est spécialisée dans la conception, la fabrication et la distribution de cheminées, de poêles et de foyers. Forte de de 175 collaborateurs, elle a réalisé en 2008 un chiffre d'affaires de 35 millions d'euros. Elle s'appuie sur un réseau de 140 points de vente (concessionnaires) en France qui regroupent plus de 1 000 personnes. La marque dispose désormais d'une dimension internationale avec une présence dans plus de 120 pays.

Mieux gérer les opportunités provenant du web

Au premier semestre 2009, Brisach a initié une réflexion visant à améliorer la gestion des demandes entrantes par son site Internet. Pour cela, Brisach a décidé de mettre en place un outil CRM permettant de gérer plus efficacement ces nouveaux contacts ainsi que l'ensemble des forces commerciales.

« Via le canal web, nous collectons plus de 20 000 nouveaux contacts par an. Le processus en place ne permettant pas une gestion rapide de ces demandes. Nous avons souhaité transformer ces opportunités commerciales par le déploiement, pour l'ensemble du réseau, d'un nouveau système de gestion de la relation client qui nous permette également d'analyser et d'optimiser l'ensemble de nos actions marketing et commerciales », explique Stephan Dorelon, Directeur des Systèmes d'Information de Brisach.

easicrm, la solution la plus simple à tous les niveaux

« Après avoir rencontré plusieurs éditeurs, nous avons retenu easiware et sa solution easicrm pour plusieurs raisons. Le mode SaaS nous a d'abord séduits car il permettait de simplifier le déploiement à l'ensemble du réseau. Nos concessionnaires ne sont pas des spécialistes de l'informatique : ils n'ont ainsi pas à installer ou à gérer le paramétrage de la solution. Pour les mêmes raisons, il fallait un outil intuitif qui permette une prise en main rapide par les forces commerciales. Par ailleurs, easiware était le seul à proposer une solution simple et performante capable d'être mise en place sous 3 mois », ajoute Stephan Dorelon.

En juillet 2009, easiware a donc fait un audit précis du besoin et a démarré le prototypage d'une solution sur mesure pour Brisach. Celle-ci a été livrée progressivement à partir de novembre 2009.

« easicrm nous permet de gérer dans les plus brefs délais les nouveaux contacts et d'élargir notre action de prospection. Nous pouvons ainsi agréger plusieurs sources de contacts provenant du site web, de salons, de foires. Chaque contact est réaffecté de façon automatique au concessionnaire en fonction de la zone géographique du contact. Des tableaux de bord permettent de suivre la gestion des contacts et d'attribuer la relance à un commercial. »

easicrm permet également :

- **aux concessionnaires** de gérer leurs forces commerciales et de connaître rapidement et précisément les résultats de chaque commercial en fonction des objectifs fixés (en termes de chiffre d'affaires, de nombre de contacts gérés, de ventes réalisées, etc.). Les équipes de Brisach sont également capables de mesurer l'efficacité des opérations commerciales, des campagnes marketing et de communication et donc de répliquer les actions les plus génératrices de revenus ;
- **aux vendeurs** d'intégrer leurs contacts multi-canal qu'ils s'agissent de clients finaux ou de professionnels (architectes, promoteurs, constructeurs, etc.) de mieux les gérer... ;
- **au siège de Brisach** de vérifier que les contacts entrants sont bien répartis sur les concessions les plus proches et que ceux-ci gèrent bien la demande émise ;
- **à l'ensemble** d'identifier les produits qui fonctionnent le mieux ou le moins bien, d'analyser les profils des acheteurs pour lancer des actions commerciales spécifiques et ciblées. Des outils opérationnels permettent une meilleure gestion des rendez-vous et d'anticiper les baisses d'activité.

« easiware s'est distingué par sa réactivité et sa capacité à proposer une solution réellement sur mesure qui nous a permis d'améliorer la performance de nos processus commerciaux », conclut Stephan Dorelon.

A propos d'easiware



Créée en 2008 par Charles Dolisy et Brendan Natral, easiware est éditeur de solutions logicielles CRM « full web ». Ses solutions, accessibles via un simple navigateur Web en mode SaaS (Software as a Service), reposent sur Enablon Connect, une technologie déployée dans plus de 80% des sociétés du CAC 40 et au niveau mondial par son partenaire et actionnaire Enablon.

easiware développe et commercialise les solutions easicrm, conviviales, simples d'utilisation et rapide à mettre en œuvre, qui permettent aux entreprises de gérer leurs contacts, leurs ventes, leurs actions marketing et leur service clients.

easiware compte une cinquantaine de clients parmi lesquels Brisach, Kawan Group, L'atelier des chefs, The Network, Hew Energies, Voltalia, Chaud Devant, Sesamea et Sogena.

Plus d'information : <http://www.easi-crm.com>

Contacts presse

easiware - Brendan Natral – Tel : 06 79 93 44 82

brendan.natral@easiware.fr

3d Communication - Dora Delaporte/Daniel Margato – Tel : 01 46 05 87 87

ddelaporte@3dcommunication.fr / dmargato@3dcommunication.fr