


# Mon projet CRM

Rédiger son cahier des charges  
en 5 étapes

+ d'informations : <http://bit.ly/2jkTrIM>



Cet outil a pour but de vous accompagner dans la mise en place de votre futur outil CRM. Afin de bien préparer votre projet, il est nécessaire de constituer un cahier des charges. Le cahier des charges est votre feuille de route, il va vous permettre de poser les bases, d'éclaircir et de structurer votre besoin. Il sera également très utile pour le prestataire que vous allez sélectionner. Ce document sera l'intermédiaire entre vous et votre interlocuteur, il est donc important qu'il soit le plus détaillé possible.

Ce document se décompose en 5 grandes parties essentielles pour le pilotage de votre projet. Suivez-le pas à pas et la mise en place de votre CRM sera une réussite. Il se peut que celui-ci ne corresponde pas exactement à l'activité de votre entreprise, n'hésitez pas à ajouter les points manquants et/ou spécificités liées à votre secteur.



# Sommaire

1. Présentation de l'entreprise et de son activité
2. Objectifs et enjeux du projet CRM
3. Descriptif des processus métier souhaités
4. Intégration des données et des ressources techniques existantes
5. Mise en oeuvre du projet CRM au sein de l'entreprise

# Présentation de l'entreprise et de son activité

Pour débiter votre cahier des charges, il est important de présenter votre entreprise, son activité, son contexte, son organisation... Ces éléments permettront à votre interlocuteur de comprendre le contexte dans lequel votre structure évolue.

Voici une liste des informations que vous devez renseigner :

## Renseignements Administratifs sur votre entreprise

- Raison sociale
- Adresse
- Téléphone
- Coordonnées du contact en charge du projet

## Présentation de l'entreprise

- Année de création de l'entreprise
- Secteur d'activité
- Produits et services proposés
- Méthodes de vente (directe, indirecte, aux particuliers, aux entreprises...)
- Chiffres clés (CA, Effectif, Nombre de clients...)
- Implantation géographique (si différents site, les entités sont-elles juridiquement distinctes ?)

## Stratégie globale d'entreprise

La mise en place d'un projet CRM va impacter plusieurs départements de votre entreprise, il est donc nécessaire qu'il rentre dans le cadre d'une véritable stratégie d'entreprise.

- Quel est l'objectif principal de votre entreprise ? Hausse du CA, fidélisation client, croissance de la base client, amélioration de la satisfaction client...

# Objectifs et enjeux du projet CRM

Dans cette partie, vous devez présenter le plus clairement possible les objectifs de votre projet CRM. Priorisez les objectifs et mettez en avant les attentes des interlocuteurs qui utiliseront l'outil.

## Présentation de l'existant

- Quelle est votre situation actuelle?
- Existe-t-il déjà un outil CRM ou un autre outil de gestion au sein de l'entreprise?
  - ◆ Si oui, quelles sont les limites ?
  - ◆ Si oui, citez les points positifs et négatifs de l'outil actuel
- Avez-vous identifié des freins à la mise en place d'un CRM au sein de votre entreprise?
  - ◆ Si oui, quels sont-ils?

## Vous pouvez établir des objectifs que vous pourrez mesurer facilement :

- Centraliser et faciliter l'accès aux données clients à l'ensemble des collaborateurs
- Avoir une vision 360° du client en temps réel
- Garantir l'accès à l'information client n'importe où, et n'importe quand
- Optimiser la gestion commerciale
- Simplifier les échanges entre les différents services
- Bénéficier d'outils de reporting en temps réel pour le pilotage de l'activité
- Uniformiser la gestion des contacts
- Planifier des actions marketing ciblées

## Des enjeux sont également à prendre en compte ?

- Satisfaire les clients en offrant un service de qualité à l'aide d'un outil unifié et évolutif
- Piloter et enrichir son capital client
- Faire gagner du temps aux équipes commerciales
- Garantir une croissance de l'entreprise

## Décrivez également les fonctionnalités souhaitées en les priorisant :

- Création de documents commerciaux
- Création de campagne marketing (mails et sms)
- Module support
- .....

# Descriptif des processus métier souhaités

## Détaillez les services et missions des différents services concernés par le projet CRM

Il s'agit de mettre en avant les équipes qui vont être impactées par le projet CRM:

- Équipe Commerciale
- Équipe Marketing
- Équipe Administration des ventes
- Équipe Service client,
- ...

Pour chacune d'elles, il convient d'indiquer le nombre de personnes présentes dans l'équipe, leur rôle et leurs missions. Pour vous simplifier la tâche, vous pouvez présenter cette partie sous forme de tableau.

## Détaillez les processus souhaités de gestion de la relation client

Dans cette partie, vous décrivez en détail l'ensemble des processus de vos différents services qui utiliseront le CRM.

Il s'agit ici de décortiquer l'ensemble des actions que vont effectuer vos collaborateurs en fonction de leur statut dans l'entreprise.

- Qui est l'acteur de cette ensemble de tâche
- Quelles sont les tâches qu'il va effectuer ?
- Quels types d'échanges a t-il avec les prospects/clients ?
- Quels canaux va t-il utiliser ? (email, téléphone...)
- Combien de contacts gère t-il par mois en moyenne ?
- Combien de devis crée t-il par mois en moyenne ?

→ Quel est le but final de ces actions ?

Pour cela, il ne faut pas hésiter à faire des schémas pour montrer de façon claire les processus de chacun des départements.

**Exemple :**

1. Un prospect fait une demande
2. Le prospect est rappelé par un commercial
3. Le commercial établit et envoie une proposition au prospect
4. Le prospect accepte la proposition envoyée par le commercial

## **Accès aux données souhaitées**

Pour chaque processus, précisez les données que vous souhaitez que vos collaborateurs retrouvent dans le CRM.

Il est important également que vous renseigniez les droits et habilitations de chacun des utilisateurs: faites la liste (en fonction des typologies d'employés) des restrictions au niveau de la visibilité des données.



# Intégration des données et des ressources techniques existantes

## Intégration des données existantes

L'intégration de vos données existantes est un point crucial dans votre projet CRM.

En fonction de la quantité et de la qualité de celles-ci, la mise en place peut être plus ou moins complexe.

Il est essentiel d'effectuer un état des lieux de vos données existantes

- Quelles données sont à conserver ?
- Quelles sont les données à enrichir ?
- Quelles sont les données à cleaner ?

## Intégration de la solution CRM avec les outils déjà en place

Il est essentiel de décrire en détail les supports techniques, logiciels et matériels que vous utilisez à ce jour au sein de votre entreprise. Ces informations permettront de savoir avec précision comment intégrer votre solution CRM avec les outils déjà en place. Certains outils peuvent être amenés à s'interfacer avec le CRM.

Voici la liste des outils à détailler :

- La messagerie de l'entreprise
- Le logiciel de facturation
- Le logiciel ERP
- Le site internet
- Le matériel (PC, Mac, Smartphone, Tablette...)
- Les serveurs
- etc... en fonction de vos spécificités métiers



# Mise en oeuvre du projet CRM au sein de l'entreprise

## Les interlocuteurs du projet CRM

Vous devez présenter les différents interlocuteurs qui seront les acteurs de la mise en place de ce projet.

Il est important que vous choisissiez des collaborateurs qui connaissent bien vos processus internes et qui ont une certaine sensibilité technique.

Précisez le rôle de chacun pour ce projet, leur fonction dans l'entreprise ainsi que leurs coordonnées.

## Budget et Rétro-planning envisagé

Il est important ensuite de renseigner vos souhaits en terme de planification du projet.

- Budget déterminé par votre direction pour la mise en place du projet ?
- Quand doit démarrer le projet ?
- A quelle date, souhaitez-vous que l'outil soit opérationnel dans l'entreprise ?

Nous vous conseillons d'établir un rétro-planning afin de piloter efficacement le projet avec vos collaborateurs et les personnes externes.

## Identification des besoins en formation

La mise en place d'un projet CRM va impacter plusieurs équipes, qui auront sûrement un usage bien spécifiques de l'outil.

Il convient donc de planifier des sessions de formation avec chacune d'elles en fonction de leurs besoins.