

COMMENT REDIGER
UN CAHIER DES CHARGES
POUR LA MISE EN PLACE D'UN

CRM



 easiware

mon
projet
CRM

Introduction

➔ Pourquoi mettre en place un CRM dans votre entreprise ?

Vous souhaitez optimiser la gestion de la relation client dans votre entreprise ? Une solution CRM est le meilleur outil pour y arriver.

Grâce à un logiciel de gestion de relation client, autrement appelé logiciel CRM, vous pourrez dans un outil unique :

- Centraliser vos données clients
- Gagner en productivité
- Optimiser les processus commerciaux marketing et service client
- Uniformiser le discours vis-à-vis du client

➔ Pourquoi ce guide ?

Ce document a pour objectif de vous simplifier la rédaction de votre cahier des charges lors d'un appel d'offres pour la mise en place d'une solution CRM.

Grâce à cet outil, vous aurez l'essentiel des informations à fournir lors de votre appel d'offres pour pouvoir choisir le prestataire adapté à votre problématique.

Un bon cahier des charges permet d'éviter des mauvaises surprises à la fois technique, fonctionnel, budgétaire et en terme de planning.



Vous avez un projet pour votre service consommateurs ?

- > Comment auditer vos besoins ?
- > Comment rédiger votre appel d'offres ?
- > Quelles sont les fonctions essentielles ?
- > Bénéficiez des bonnes pratiques et gagnez du temps !

TELECHARGEZ
maintenant

http://www.easi-crm.com/medias/documents/cahier_des_charges_serviceconso_monprojet.pdf

Sommaire

INTRODUCTION	2
SOMMAIRE	3
MODELE DE CAHIER DES CHARGES	4
I. LE CONTEXTE	4
1.1 RENSEIGNEMENTS ADMINISTRATIFS POUR L'ENVOI DE LA REPONSE	4
1.2 PRESENTATION DE L'ENTREPRISE	4
1.3 LA RELATION CLIENT DANS VOTRE ENTREPRISE	5
1.4 LES PROTAGONISTES	5
1.5 L'ORGANISATION MISE EN PLACE	7
1.6 LE PERIMETRE DU PROJET	10
1.7 LE MATERIEL EXISTANT	10
II. LE PROJET	11
1.8 VOS BESOINS	11
1.9 VOS OBJECTIFS	11
1.10 LES FONCTIONNALITES	11
1.11 LA TECHNOLOGIE	15
III. MISE EN ŒUVRE DU PROJET	17
1.12 LES RESSOURCES INTERNES	17
1.13 BUDGET DE VOTRE PROJET	17
1.14 LA MISE EN PLACE	17
1.15 LA REPRISE DES DONNEES	18
1.16 LES EVOLUTIONS FUTURES	18
1.17 RISQUES & RECOMMANDATIONS POUR LA REUSSITE DU PROJET	19
IV. REPONSE A L'APPEL D'OFFRE	20
1.18 RECEPTION	20
1.19 L'EDITEUR	20
1.20 L'INTEGRATEUR (SI DIFFERENT DE L'EDITEUR)	20
1.21 PLANNING DE MISE EN PLACE	21
1.22 OFFRE FINANCIERE	21
V. ANNEXES	23
1.23 DETAIL D'UNE FICHE	23
CONCLUSION	24

Modèle de cahier des charges

Le contexte

1.1 Renseignements administratifs pour l'envoi de la réponse

Indiquez en introduction de votre cahier des charges les renseignements administratifs nécessaires aux prestataires pour pouvoir répondre à l'appel d'offres.

➔ **L'entreprise**

- Nom de l'entreprise
- Adresse / Code Postal / Ville / Pays
- Téléphone
- Fax

➔ **Le contact**

- Prénom
- Nom
- Fonction
- Téléphone directe
- Email

1.2 Présentation de l'entreprise

➔ **L'activité**

- Les produits
- Les marques

➔ **Historique de l'entreprise**

➔ **Chiffres clés**

- Chiffre d'affaires :
- Effectif :
- Nombre de clients :
- Nombre de sites :

➔ **Implantation géographique**

- Régionale :
- Nationale :
- Internationale :

1.3 La stratégie de votre entreprise

La mise en place d'une solution de gestion de la relation client fait partie d'une stratégie d'entreprise.

➔ L'objectif

Déterminez quel est l'objectif principal de votre entreprise :

- Rationaliser les coûts
- Augmenter le chiffre d'affaires
- Augmenter la productivité
- Fidéliser vos clients
- Conquérir de nouveaux clients
- Accroître la satisfaction client...

Si d'autres actions/projets/outils sont mis en place dans votre entreprise, listez-les et décrivez-les.

1.4 Les protagonistes

La mise en place d'un CRM a des impacts sur de nombreux services dans l'entreprise.

➔ Les services impactés

Quels services et personnes seront impactés par la mise en place du CRM ?
Quelles sont leurs principales missions et leurs interactions :

- La Direction Générale
- Le commercial
 - Sédentaire
 - Mobile
- Centre d'appels
- L'administration des ventes
- Le marketing
- Le service client
- Le service après-vente
- La comptabilité
- La logistique
- La production
- Les Ressources Humaines
- La finance
- La DSI
- L'accueil :
 - Téléphonique
 - Physique
- Back office
- Autres :

➔ Les interlocuteurs et leurs missions

Listez au sein de chaque service le nombre d'utilisateurs, leurs profils et leurs missions.

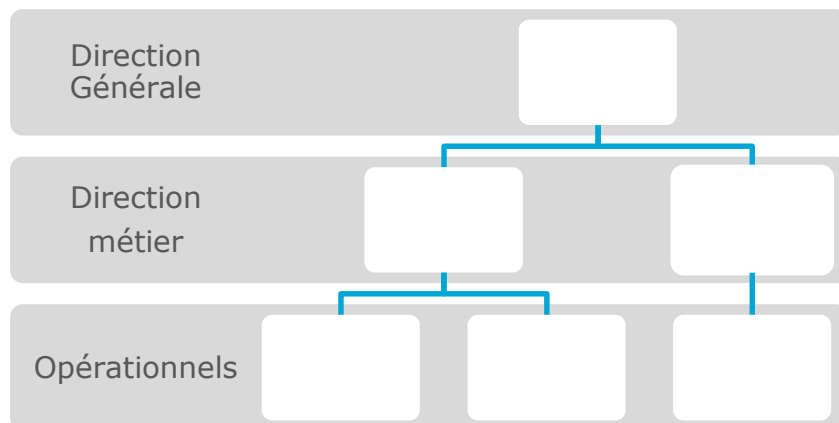
Service	Profil	Nombre d'utilisateurs	Missions
Ex : Commercial	Direction	1	Création et suivi de tableaux de bord Analyse de l'activité de ses équipes

➔ Organigramme de votre organisation

Réalisez un organigramme de tous les services et interlocuteurs touchés par la mise en place de la solution CRM.

Pour chaque service indiquez :

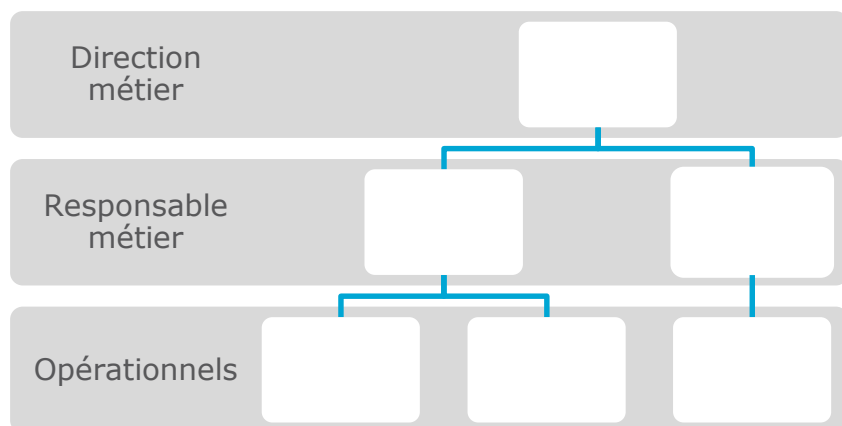
- Le nom du service
- Le nombre d'utilisateurs
- Ses missions
- Sa situation géographique
- Et tout autre élément spécifique



➔ Organigramme par service concerné par le projet CRM

Pour chaque cellule indiquez :

- La fonction
- Le prénom / nom et/ou le nombre d'utilisateurs
- Sa situation géographique
- Et tout autre élément spécifique



1.5 L'organisation mise en place

➔ Existant

Une solution CRM est-elle déjà mise en place dans votre entreprise ?

→ Oui, laquelle :

- Salesforce
- Microsoft Dynamics
- easicrm
- Sage
- SAP
- Coheris
- Développement interne
- Autre :

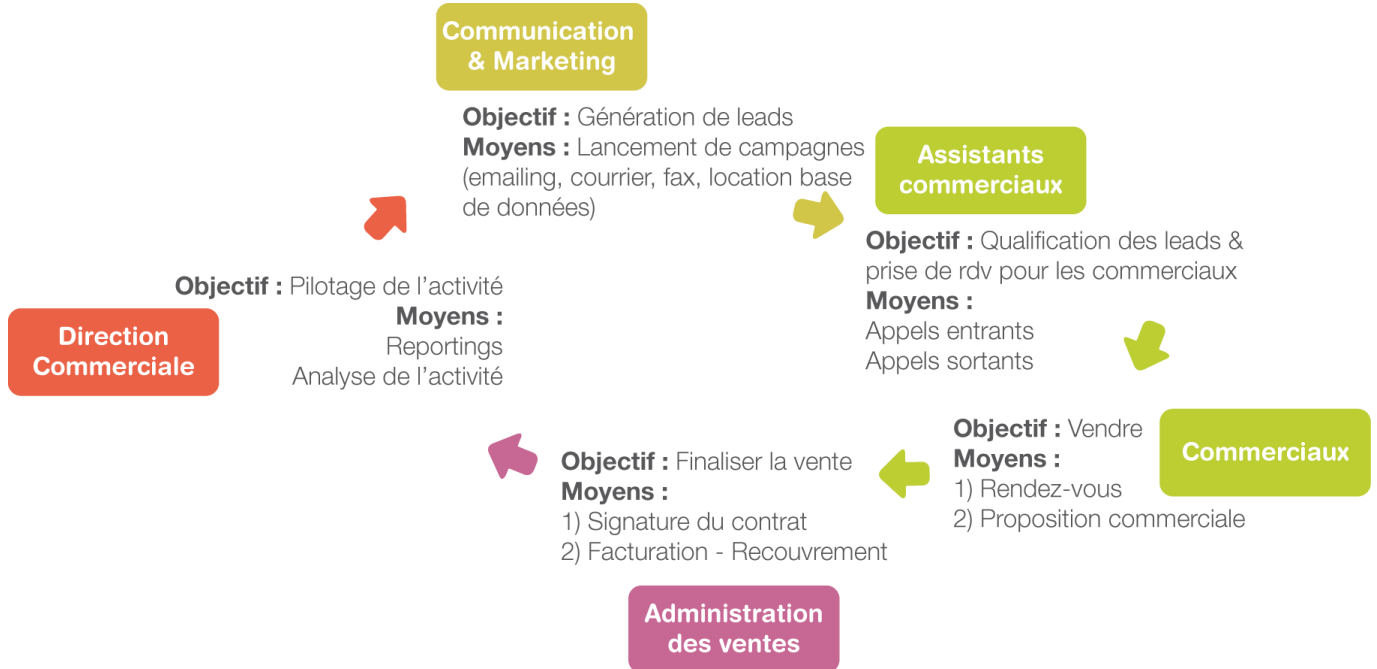
→ Depuis quand la solution est-elle installée ?

→ Quel périmètre est géré ?

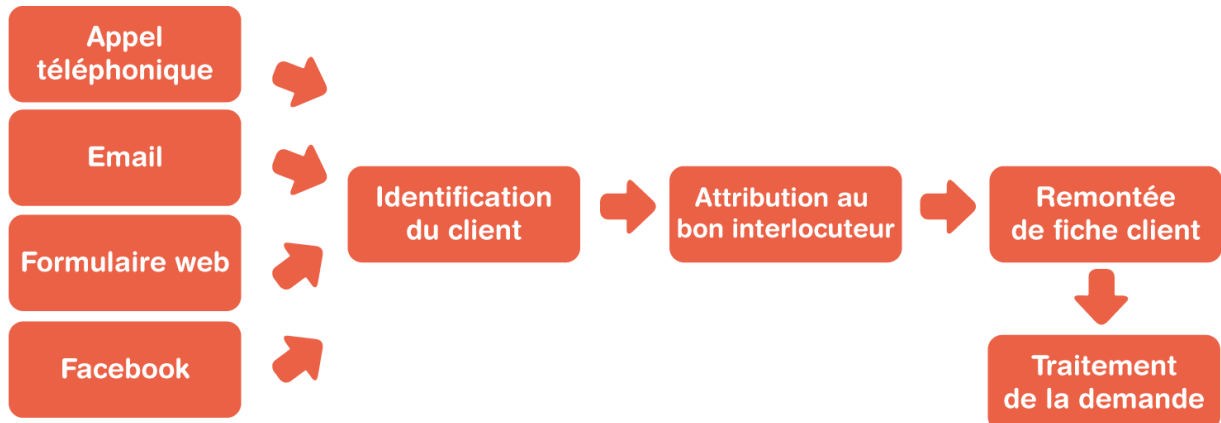
➔ Les processus actuels

Détaillez au maximum vos processus de gestion de la relation client actuels et les connexions entre les services. N'hésitez pas à faire des captures d'écran de vos solutions existantes et à faire des schémas.

Exemple d'un schéma : processus commerciaux



Exemple d'un schéma : processus service client



➔ **Les échanges prospects/clients**

→ Les typologies d'échanges

Listez les types d'échanges que vous pouvez avoir avec vos prospects et clients.

Par exemple :

- Demande d'informations commerciales
- Prise de commande
- Suivi de commande
- Réclamation / SAV
- Administration des ventes
- Prise de rendez-vous
- Demande de brochure
- Programme fidélité
- Demande d'échantillons

→ Les canaux d'échanges

Listez les différents canaux pour traiter ces échanges :

- Email :
- Téléphone :
- Formulaire web :
- Point physique :
- Fax :
- Sms :
- Courrier :
- Réseaux sociaux :
- Autres :

➔ **Les processus actuels**

➔ **La volumétrie**

→ Chiffre d'affaires de l'activité concernée

→ Base de données :

- Clients
- Prospects

→ Volume et récurrence d'envois d'emails

→ Volume d'échanges traités par mois ou par jour / par canal

→ Prévission de volumétrie future

→ Saisonnalité des échanges

→ Événements prévisibles récurrents

1.6 Le périmètre du projet

Pour chacun des processus concernés, décrivez-le.

Le projet concerne des processus :

- Commerciaux : cycle de vente, répartition du portefeuille client
- Marketing : type de campagnes, processus, volumétrie, fréquence ...
- De gestion
- Contacts prospects :
 - Entrants
 - Sortants
- Service client : scénarii, gestion des tickets
- Management
- Supervision
- Exploitation
- Autres :

➔ **Le projet concerne une activité :**

- B to B
- B to C
- B to C et B to B

1.7 Le matériel existant

➔ **Votre infrastructure :**

- Topologie du réseau :
- Equipement réseau :
- Connexions LAN, WAN :
- Equipement informatique :
- Emplacement des serveurs :
- Système d'exploitation du réseau :

Le projet

2.1 Vos besoins

Décrivez en quelques lignes :

- ➔ **Votre problématique**
- ➔ **Vos attentes**

2.2 Vos objectifs

La 1ère étape, vous fixer des objectifs clés ! Comment évaluer les bénéfices de votre outil si vous ne vous êtes pas fixés des objectifs clairs en amont ?

Chaque entreprise aura ses propres objectifs, en voici quelques un :

- Centralisation des données dans un outil unique
- Amélioration de la connaissance client
- Uniformisation des pratiques concernant le suivi et la gestion des contacts (clients, prospects)
- Historisation des échanges clients et vision 360°
- Gagner en productivité
- Automatisation du suivi de l'activité avec la consolidation de reporting
- Reporting en temps réel
- Qualité des reportings
- Reportings personnalisés et simples
- Accroître/Fluidifier la communication entre les services sur les actions réalisées et sur l'ensemble des informations clients

- Structuration de l'outil pour la force commerciale : suivi des affaires, relance
- Gestion ou suivi de la facturation : création automatique de factures ou interfaçage avec un outil comptable
- Automatisation de campagnes emails : segmentation de la base de données, envoi d'emails, suivi des retours

- Amélioration du temps de traitement des échanges
- Amélioration des délais de réponse
- Gestion multicanal des demandes entrantes
- Répondre efficacement aux demandes clients
- Bénéficiez d'une bibliothèque de réponse types

2.3 Les fonctionnalités

➔ Classement

Listez les fonctionnalités souhaitées et classez les par ordre d'importance :

- Essentielle
- Importante
- Utile

Demandez aux éditeurs de préciser pour chacune de ses fonctionnalités si c'est :

- Une fonctionnalité standard
- Un module supplémentaire
- Un développement spécifique

➔ Les fonctionnalités génériques

→ Gestion des comptes & contacts

- Centralisation des informations de vos clients et prospects pour un accès rapide et global (vision 360°)
- Regroupement de plusieurs sociétés d'un même groupe
- Organigramme de la société
- Rattachement d'un prescripteur à la société
- Historisation des échanges par compte, contact, affaire, ticket
- Stockage de vos échanges et documents pour un meilleur partage de l'information
- Validation de vos adresses postales
- Enrichissement de vos comptes d'informations légales et économiques
- Recherche des doublons de vos comptes et contacts

→ Collaboratif

- Agenda partagé
- Tâches & relances
- Accès à un réseau social d'entreprise intégré
- Gestion des modèles de documents
- Accès à une bibliothèque collaborative de documents personnalisés

→ Reporting

- Module de création de rapports personnalisés
- Tableau de bord de suivi d'activité personnalisable
- Programmation d'envoi automatique de reportings au format PDF, par email, à la fréquence souhaitée

→ Personnalisation

- Personnalisation des intitulés de champs
- Intégration de vos processus métier
- Personnalisation de l'univers graphique : logo et code couleur
- Page d'accueil 2.0 personnalisable par chaque utilisateur avec des widgets
- Gestion de vos modèles de documents (emails, courriers, sms) avec l'intégration de champs de fusion
- Module de workflow graphique de validation
- Gestion personnalisée des alertes

→ Intégration et recherche de vos données

- Module d'assistance pour l'import / export des données
- Intégration de vos modèles de documents existants
- Recherche plein texte
- Recherche multi-critères
- Recherche avec une aide à la saisie
- Extranet clients et partenaires
- Intégration des réseaux sociaux

→ Personnalisation

- Gestion des droits d'accès : à quelles données souhaitez-vous donner accès par type d'utilisateur ?

- Gestion des workflows de validation
- Création et ajout de champs personnalisés : sur quelles pages ? Quels champs ?
- Personnalisation des documents générés : logos ? couleurs ? typographie ?
- Personnalisation des relances
- Création de modèles de courrier ou d'emails types
- Module de création de rapports personnalisés
- Possibilité de créer des formulaires
- Activation et désactivation d'un compte utilisateur
- Multilingue. Lesquelles ?
- Multidevises. Lesquelles ?

➔ Les fonctionnalités liées à la gestion commerciale & marketing

➔ **Enrichissement des données**

- Gestion des demandes de contact : publication de formulaires web
- Identification de vos visiteurs web
- Consultation & association des comptes et contacts LinkedIn ou Viadeo
- Import des comptes et contacts LinkedIn ou Viadeo
- Suivi de l'actualité économique de ses comptes
- Gestion des objectifs d'activité

➔ **Gestion des affaires commerciales**

- Gestion des opportunités commerciales
- Création & modification de vos propositions commerciales
- Génération automatique de devis et envoi au format PDF
- Suivi de l'évolution du statut d'un contact (piste, prospect, client)
- Liste des affaires commerciales conclues et en cours
- Gestion des états d'une affaire : attente de réponse, gagnée, perdue
- Vue complète et collaborative du dossier client
- Historique des ventes
- Gestion des contrats
- Historisation de documents liés à une affaire. Type de document (PDF, ppt, xls, doc...)

➔ **Gestion de la facturation**

- Génération automatique d'une facture depuis une affaire
- Génération automatique d'avoir, facture d'acompte, facture de solde
- Gestion et suivi des remises et majorations
- Factures multi-échéances, multilingue, multi-devises (les citer)
- Gestion des conditions commerciales : facturation immédiate, 30 jours fin de mois, etc...
- Gestion multi-adresses : adresse de livraison & adresse de facturation
- Suivi du recouvrement

➔ **Gestion des forces de vente**

- Association et partage des bonnes pratiques à chaque étape du cycle de vente
- Gestion des territoires géographique et secteurs
- Gestion de différents cycles de vente
- Optimisation des tournées commerciales
- Géolocalisation des équipes en tournée
- Module de gestion des objectifs commerciaux
- Gestion des commissions sur le chiffre d'affaires et/ou la marge
- Gestion de la productivité des commerciaux/vendeurs
- Gestion prévisionnelle de l'activité commerciale

- Reporting avancé sur les ventes et le ROI
- Suivi centralisé des commandes clients
- Gestion des partenaires commerciaux

→ **Votre catalogue produits / services**

- Import dans la solution
- Administration et personnalisation depuis la solution
- Gestion des articles composés, nomenclatures multi-niveaux

→ **Automatisation marketing**

- Qualification de l'origine d'une affaire et d'un compte
- Segmentation et ciblage multicritères de votre base de données
- Planification et exécution de vos campagnes : emailing, sms, twitter, fax, courrier,
- Envoi d'emails transactionnels
- Suivi du budget de vos campagnes
- Analyse du retour sur investissement (ROI)
- Administration de supports de campagnes : formulaire d'invitations, enquête, newsletter...
- Création et administration de questionnaires avec la possibilité d'inclure des questions conditionnelles
- Mise à jour automatisée de votre base de données avec les retours de vos contacts
- Partage des données et documents avec les équipes commerciales
- Reportings personnalisés sur les résultats de vos campagnes et enquêtes

➔ **Les fonctionnalités liées à la gestion du service client**

→ **Gestion du service client**

- Gestion des demandes entrantes multi-canal : email, téléphone, site web, fax, sms, courrier, twitter, facebook
- Qualification et affectation des requêtes en fonction des compétences des agents
- Catégorisation automatique des requêtes par mots clés identifiés
- Traitement de masse des requêtes liées à une problématique commune
- Gestion des bases de connaissance
- Aide au traitement des requêtes via la gestion de réponses types
- Rattachement automatique des emails reçus au contact correspondant dans la solution
- Automatisation de l'envoi des accusés de réception
- Ouverture de tickets et suivi des incidents
- Gestion des files d'attente
- Gestion des escalades vers un collaborateur ou un groupe de collaborateurs
- Publication de FAQ dynamique

→ **Suivi du service client**

- Pilotage du service client (SAV, Helpdesk, Réclamations)
- Planification des interventions et des ressources
- Gestion du temps prévisionnel / passé / facturé
- Historique et statistiques de la Relation Client
- Suivi de la qualité de service en temps réel

→ **Mise en place de fonctionnalités complémentaires**

- Serveur Vocal Interactif (SVI)
- Couplage Téléphonique Informatique (CTI)
- Messagerie vocale (hors plage d'ouverture – en cas de dissuasion)

2.4 Les reportings

Quelles sont vos attentes en matière de reportings ?

Nom du rapport	Description du contenu	Format (tableau/ graphique)	Fréquence de transmission	Mode de transmission

2.5 La technologie

➔ L'hébergement de votre solution

- Par l'éditeur, en mode SaaS
- Sur vos propres serveurs
- Accès en mode hors ligne

➔ Les contraintes techniques

- Choix technique :
 - Base de données :
 - Plateforme :
 - Autres :

➔ Interfaçage avec des solutions existantes

Pour chacune, indiquer le nom du logiciel ou si c'est un développement interne, les informations qui devront être récupérées et le type d'échange attendu.

- ERP :
- Logiciel comptable :
- Messagerie :
 - Microsoft Outlook (version)
 - Microsoft Exchange (version)
 - Google mail
 - Lotus note (version)
- Traitement de texte :
 - Office (version)
 - Open office
 - Google doc
- Site web :
- Logiciel de caisse :
- Logiciel d'emailings :
- Logiciel carte de fidélité :
- CTI (Couplage téléphonique informatique) :
- SVI (Serveur vocal interactif) :
- Web call back
- Chat
- Autres :

Objectif du flux	Contenu	Application émettrice	Application réceptrice	Périodicité ou événement

➔ Le matériel

- Windows XP
- Windows Vista
- Windows 7
- Windows 8
- Linux
- Terminal Server, Citrix ...
- Mac
- PDA
- Smartphone :
 - Iphone
 - Androïd
- Tablette
 - Ipad
 - Androïd
- Autres :

Navigateur

Si nécessaire, indiquer la version.

- Safari
- Opéra
- Firefox
- Internet Explorer
- Google Chrome

Mise en œuvre du projet

3.1 Les ressources internes

➔ Le chef de projet

Pour transformer un projet CRM en succès, il est indispensable de nommer un chef de projet au sein de votre entreprise. Le prestataire chargé de mettre en place votre solution CRM a besoin d'un référent.

- Prénom
- Nom
- Fonction
- Email
- Téléphone
- Adresse / CP / Ville / Pays

Le chef de projet devra veiller à investir les futurs utilisateurs de la solution pour une meilleure acceptation de l'outil.

➔ Le comité de pilotage

Définissez les différents interlocuteurs liés au projet.

- Qui fait partie du comité de pilotage ?
- Le rôle du comité
- Le rôle et la responsabilité de chacun au sein du projet

3.2 Budget de votre projet

- Nombre d'utilisateurs
- Budget fixé pour la mise en œuvre du projet

3.3 La mise en place

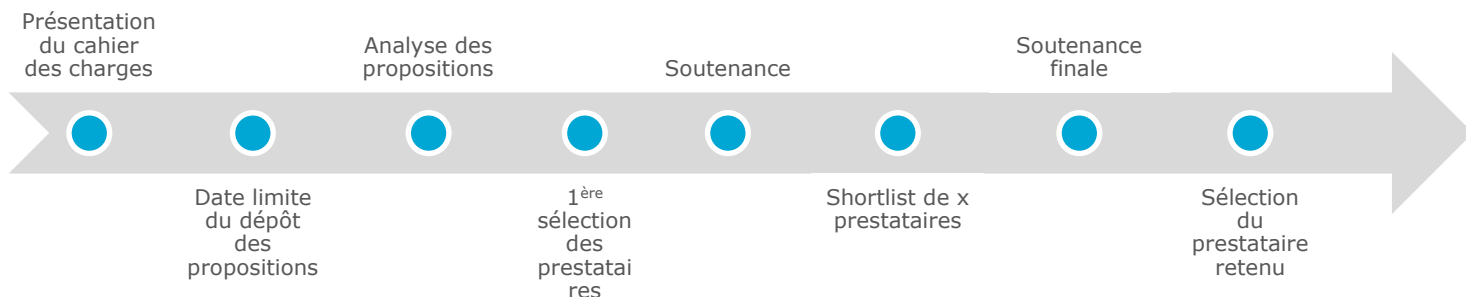
➔ Les délais

Définissez un calendrier, le plus détaillé possible des différentes étapes du projet ainsi que les étapes : remise des réponses, soutenance, shortlist de combien de prestataires, décision finale...

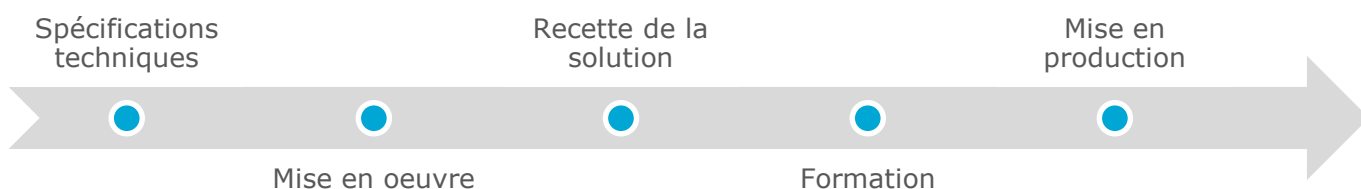
La date limite de déploiement dans votre entreprise étant une date impérative pour les prestataires que vous allez rencontrer.

Date de livraison du produit et éventuelles échéances intermédiaires :

➔ Sélection du prestataire



➔ Déploiement du projet



3.4 La reprise des données

En fonction de votre organisation précédente, la reprise des données existantes sera un sujet plus ou moins complexe dans votre projet CRM.

Il convient donc de détailler précisément ce que vous souhaitez récupérer comme type d'information et comment celle-ci est stockée et donc importable dans votre nouvelle solution CRM :

- ➔ Données de l'ancien système
- ➔ Processus
- ➔ Statistiques...

Nous vous conseillons d'établir un listing détaillé des éléments à reprendre :

- ➔ Import contact : titre, prénom, nom, société, titre, téléphone, email, adresse, CP, ville, pays...
- ➔ Import produit : code produit, type de produit, libellé, prix de vente HT...

3.5 Les évolutions futures

Vous souhaitez mettre en place progressivement votre solution ?

La mise en place de la solution CRM fait partie d'une stratégie globale ?

Détaillez ici tout ce qui pourra influencer votre projet CRM à plus ou moins court terme.

- Modules complémentaires ?
- Fonctionnalités complémentaires ?
- Implantations supplémentaires concernées ?

3.6 Risques & recommandations pour la réussite du projet

Vous avez déjà identifié des freins à la réussite de votre projet CRM ?

- Humain
- Organisationnel...

Détaillez-les afin que le prestataire puisse vous accompagner au mieux et vous fournir les clés pour permettre une adoption totale par tous.

Réponse à l'appel d'offre

Afin de pouvoir optimiser le traitement des réponses des différents prestataires, cadrez au maximum les réponses que vous attendez d'eux.

4.1 Réception

- ➔ **Date limite de réponse souhaitée**
- ➔ **Mode d'envoi**
 - Email
 - Courrier postal...

4.2 L'éditeur

- ➔ **Présentation de la société**
 - Chiffres clés : effectif, date, CA, résultat net...
 - Références clients en rapport avec le projet
 - Implantation géographique
 - Appartenance à un groupe ou non
- ➔ **Présentation du produit**
 - Nom
 - Votre différence
 - Description de la version de base du logiciel et son prix
 - Le logiciel fait partie d'une suite ?
 - Description des éventuels modules proposés et leur prix
 - Environnement de développement

4.3 L'intégrateur (si différent de l'éditeur)

- ➔ **Présentation de la société**
 - Chiffres clés : effectif, date, CA...
 - Références clients en rapport avec le projet
 - Implantation géographique
- ➔ **Votre produit**
 - Nom
 - Votre différence
 - Type de distribution (exclusive ?)
 - Le logiciel fait partie d'une suite ?
 - Description des éventuels modules proposés et leur prix
 - Environnement de développement

4.4 Planning de mise en place

Demandez une proposition de retroplanning de mise en œuvre en précisant vos contraintes éventuelles (période de congés par exemple) et en rappelant la date de mise en production souhaitée.

4.5 Offre financière

Elaborez un tableau reprenant les postes budgétaires que vous souhaitez voir détaillé dans votre proposition :

➔ Licences

→ Location

Désignation	Nombre d'utilisateurs	Coût HT mensuel par licence	Coût TOTAL HT mensuel
Profil x			
Profil y			
Total location de licences par mois		-	

→ Acquisition

Désignation	Nombre d'utilisateurs	Coût HT par licence utilisateur	Coût TOTAL HT
Profil x			
Profil y			
Profil z			
Option mode déconnecté			
Total acquisition de licences		-	

Désignation	% du coût d'acquisition des licences	Coût annuel HT
Maintenance logicielle	%	

➔ Service

Désignation	Nombre de jour/homme	Coût HT jour/homme	Coût TOTAL HT
Analyse de vos besoins			
Paramétrage de votre solution			
Interfaçage de votre solution			
Reprise de vos données existantes			
Gestion de projet			
Total service		-	

➔ Formation

Désignation	Nombre de sessions	Coût unitaire HT	Coût TOTAL HT
Formation administrateur fonctionnel			
Formation utilisateur			
Formation utilisateur technique			
Assistance au démarrage et au paramétrage fonctionnel			
Accompagnement au déploiement de la solution			
Total formation		-	

Demandez au prestataire s'il est agréé organisme de formation.
Si la formation se fait à distance, en inter ou en intra.

➔ Synthèse globale

Désignation	Coût TOTAL HT
Licences utilisateurs	
Service	
Formation	
Hébergement	
Support	
Total	

Annexes

4.6 Détail d'une fiche

➔ **Compte**

- Société
- Groupe
- Adresse siège
- Adresse de facturation
- Activité
- Effectif
- Secteur d'activité
- Origine du compte
- Type de compte

➔ **Contact**

- Prénom
- Nom
- Titre
- Fonction
- Rattaché à
- Adresse
- Email 1
- Email 2
- Téléphone
- Téléphone directe
- Portable
- Fax
- Date de naissance
- ...

➔ **Qualification d'un contact**

Champs requis lors d'un échange.

Conclusion

Vous souhaitez vous faire aider pour établir votre cahier des charges ? Vous souhaitez vous faire conseiller pour la gestion de votre relation client ?

Nos équipes sont à votre disposition pour vous aider et vous accompagner dans votre démarche par email : contact@easiware.fr ou par téléphone au 01 83 64 20 60.

➔ A propos d'easiware

Avec easicrm, easiware fait entrer les PME dans la nouvelle ère du CRM : celle de l'intelligence client dynamique qui s'appuie sur tous les talents de l'entreprise pour renforcer la performance collective. easicrm est plus qu'une simple solution CRM. C'est, dans une solution simple, l'ensemble des services, outils et informations nécessaires aux collaborateurs pour atteindre leurs objectifs en gérant la relation client avec intelligence. Organisant les données internes et externes et livrant à chaque personne l'information utile au bon moment, easicrm devient rapidement le compagnon préféré de tous les collaborateurs.

Depuis 2008, Club Med Gym, Hi-Media, OUIGO, UGC, Caudalie, IFR France (Groupe EADS), Lagardère Active, Lyreco, Silic, SNCF, Terreal, Brisach, Nicolas Feuillatte, GDF-Suez Home Performance (PDR tête de réseau), Darégal et Relais & Châteaux font partie des sociétés qui ont choisi easicrm pour renforcer l'efficacité et la portée de leur stratégie de relation client.

easiware a reçu le label Jeune Entreprise Innovante du ministère de la Recherche. easiware est membre fondateur du Club des Décideurs de la Relation Client et du Club des Décideurs Commerciaux. En 2012, easiware a réalisé un CA de 1,7 million d'euros avec une croissance moyenne de 90% par an depuis sa création. easiware emploie une trentaine de collaborateurs à Marseille et Paris.

www.easi-crm.com – 01 83 64 20 60 – contact@easiware.fr

