



SALESFORCE POUR L'INDUSTRIE MANUFACTURIÈRE :  
**COMMENT DYNAMISER VOS VENTES  
À L'ÈRE DU CLIENT**

salesforce

## SOMMAIRE

- 01** Les changements à opérer pour s'adapter à une ère centrée sur le client
- 02** La vitesse est la nouvelle monnaie de l'industrie manufacturière
- 03** L'intégration des systèmes et la stimulation de la productivité des ventes
- 04** Les partenaires de distribution, des acteurs clés dans la dynamisation des ventes
- 05** Une solution CPQ nouvelle génération pour conclure plus d'affaires
- 06** Conclusion

## Introduction

Les entreprises industrielles sont au cœur d'une révolution sans précédent. L'industrie a délaissé les simples chaînes de montage pour adopter de toutes nouvelles techniques de production et de conception. L'automatisation de la production, la robotique, l'impression 3D et les logiciels de conception générative permettent la création d'une multitude de nouveaux produits et l'émergence de normes d'efficacité plus élevées. Du côté de la demande client, également en pleine mutation, le changement est catalysé par les progrès technologiques et la concurrence toujours plus féroce.

Les consommateurs, plus connectés que jamais, ne se limitent plus aux produits qu'ils commandent, ils souhaitent que leur curiosité soit suscitée. Cette révolution touche tous les acteurs du secteur, y compris les producteurs de produits industriels traditionnels : automobiles, thermostats, produits électroniques, équipements de construction et produits de santé. L'accès simplifié à la création de prototypes et aux financements offre une chance aux entreprises les plus petites de s'imposer grâce à une idée extraordinaire. Les entreprises traditionnelles doivent agir rapidement. Elles doivent tirer parti de cette nouvelle ère centrée sur le client en proposant plus qu'un produit, une expérience client unique.

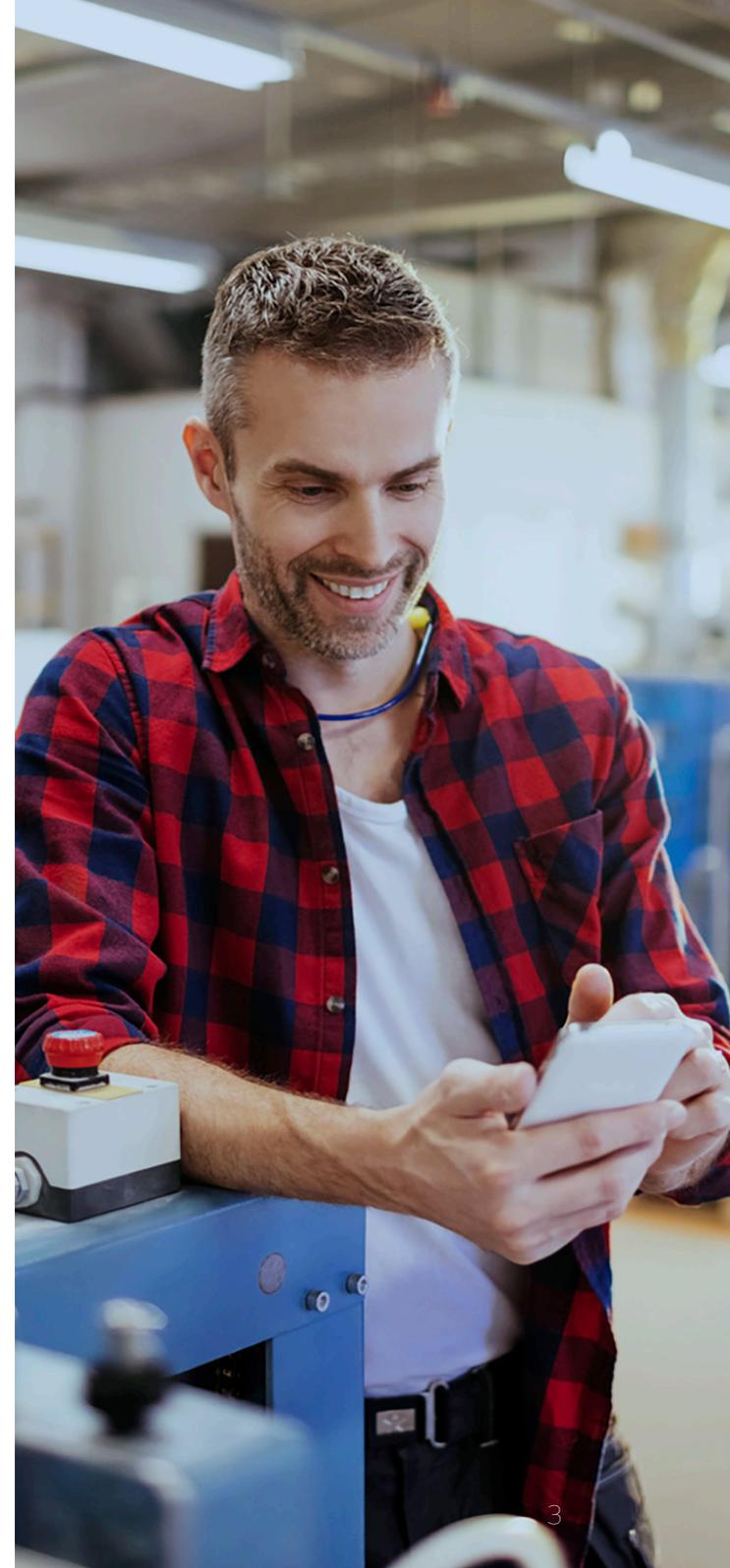
Cet e-book vous dévoilera comment des entreprises manufacturières ont réussi à se démarquer par la diminution de leurs délais de commercialisation, la stimulation de la productivité de leurs équipes, la redéfinition de partenariats de distribution gagnant-gagnant et la livraison systématique des bons produits au bon moment. Découvrez comment dépasser la concurrence et vous préparer aux prochaines innovations et transformations.

## Les changements à opérer pour s'adapter à une ère centrée sur le client

L'industrie manufacturière est bousculée par trois évolutions, qui contribuent à l'augmentation du nombre d'opportunités et de dangers à l'ère du client. Premièrement, tout va toujours plus vite et les changements sont plus radicaux que jamais. La façon dont les entreprises fabriquent, conçoivent et vendent leurs produits est en mutation constante et profonde.

Deuxièmement, les produits deviennent de plus en plus complexes, tout comme leur configuration et leur commercialisation. Il est certes difficile de simplifier tous ces défis, mais vous pouvez faire preuve d'ingéniosité. En connectant des produits complexes à des processus de front-office et back-office élaborés, vous simplifiez le mode de fonctionnement de votre entreprise et boostez votre productivité.

Troisièmement, un produit exceptionnel ne suffit plus pour satisfaire vos partenaires. Ils souhaitent collaborer pour trouver de nouvelles opportunités, conclure des affaires et vous aider à distribuer vos produits. Venez à leur rencontre, vous n'en serez pas déçu. Comblez leurs attentes, vous n'en serez pas déçu.



Le premier qui répond à un appel d'offres est souvent le mieux placé pour remporter le contrat. Pour garder une longueur d'avance sur la concurrence, les entreprises manufacturières doivent :

## Réduire leurs délais de commercialisation



Répondre en premier à un appel d'offres peut vous permettre de mettre la meilleure offre dans l'ombre. Accélérez votre processus grâce à : des solutions mobiles pour le terrain, plus de leads de qualité, des données pertinentes pour un en-cours plus rapide et la collaboration des services de ventes, des opérations et de la production.

## Booster leur productivité



Alignez les parties prenantes et faites-en plus avec les mêmes ressources. La productivité peut être améliorée grâce à : de nouveaux procédés adaptés aux attentes des acheteurs, des solutions CRM centrées sur le client et un alignement du marketing et des ventes sur des objectifs communs.

## Optimiser leur fonctionnement

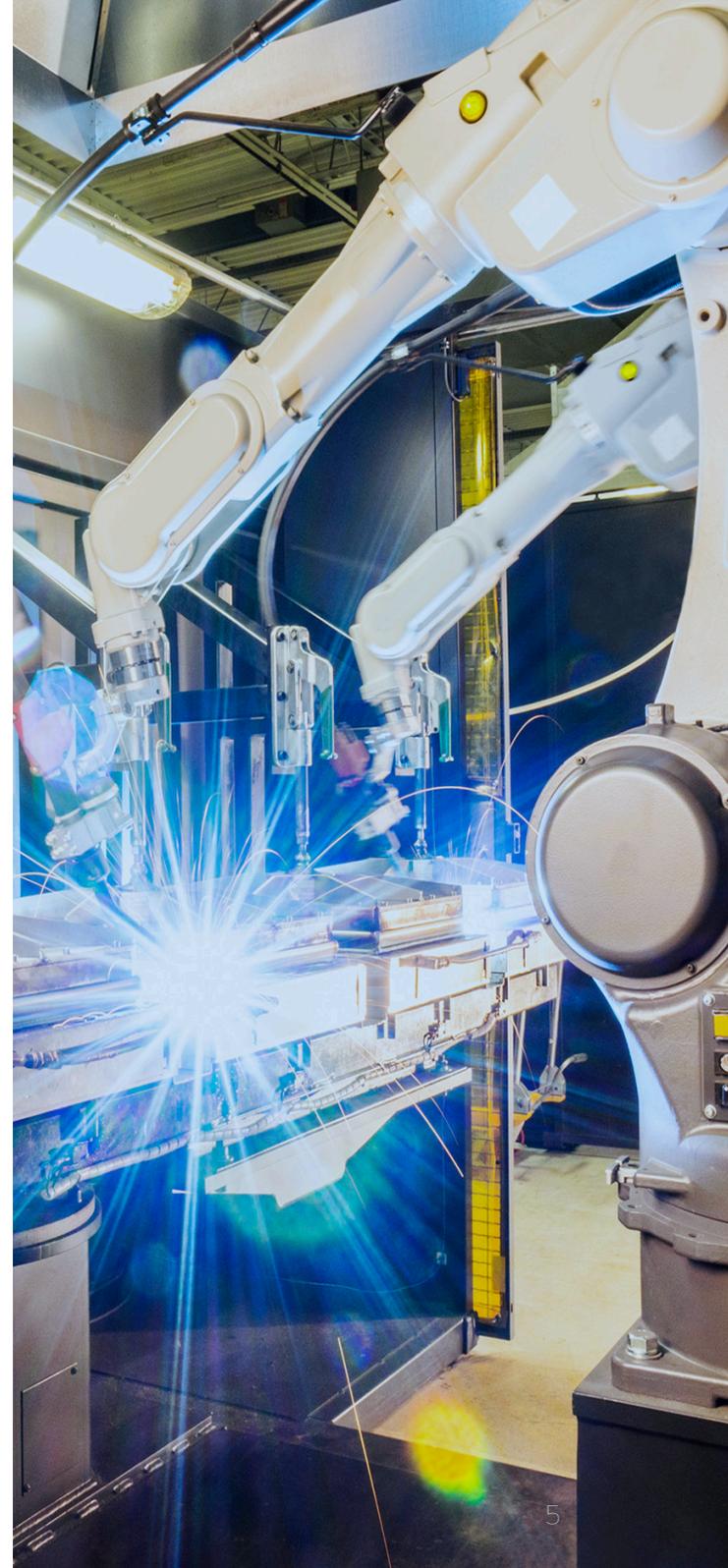


Donnez à vos partenaires un accès à vos données CRM et observez l'évolution de leurs chiffres. Les partenaires souhaitent avoir plus de visibilité sur les opportunités et plus d'autonomie en termes de prix/devis. Accordez-leur cette faveur en optimisant votre fonctionnement.

## La vitesse est la nouvelle monnaie de l'industrie manufacturière

La vitesse est devenue un facteur crucial dans l'industrie manufacturière. Les clients s'enquêtent d'abord des délais avant d'aborder la question du coût. La première entreprise à se positionner à l'avantage de pouvoir influencer le déroulement de l'affaire, de l'appel d'offres, de la proposition ou des négociations. Soyez réactif. La vitesse est votre nouvelle arme commerciale.

ABB est une grande entreprise manufacturière spécialisée dans la réduction de l'impact environnemental grâce à l'efficacité énergétique, la robotique et l'automatisation de la production. Ce poids-lourd du secteur des technologies de l'énergie, qui emploie 150 000 personnes dans cinq divisions dans toute l'Europe, applique la recette du succès dans l'ère du client. « Il faut saisir les opportunités, » a déclaré Giulio Capocaccia, Directeur marketing et commercial Groupe chez ABB. « Si nous n'adoptons pas une vision orientée client, nous ne pouvons pas exploiter tout le potentiel de l'Internet des objets, des services et de nos employés. Désormais, ces derniers tirent parti de la rapidité et de la transparence qu'offrent Salesforce. »



Mais cela n'a pas toujours été ainsi chez ABB. Avant d'utiliser Salesforce, l'entreprise ne disposait pas d'une vue unique de toutes les informations clients. Des systèmes CRM de fournisseurs concurrents étaient étrangement couplés à leurs systèmes ERP et leurs processus de back-office ralentissaient le travail des employés. « Nous ne pouvions pas exploiter nos données » a affirmé Giulio Capocaccia. « Les représentants commerciaux avaient une vue incomplète de leurs comptes, il manquait des informations sur les contacts, les pistes, les opportunités et d'autres types de données. Nous avons besoin d'une version de vérité. » Autre défi de taille, l'entreprise devait collecter rapidement les données des clients et des objets connectés. L'équipe commerciale de ABB avait besoin de mieux comprendre l'activité des comptes, d'adopter une approche collaborative et d'accélérer son délai de mise sur le marché.

Grâce à Sales Cloud Lightning, ABB a résolument changé sa façon d'échanger avec ses clients. « Nous avons besoin de l'information tout de suite, au bon moment et au bon endroit, » a dit Fernando Bernardez Rodriguez, Responsable de comptes clés chez ABB. « Grâce à Salesforce, toutes les informations sont disponibles et accessibles immédiatement à tous. » Les représentants utilisant l'application mobile Salesforce1 mettent à jour les enregistrements sur le terrain, ils gagnant du temps, concluent des affaires plus rapidement et recueillent des informations pertinentes sur les cycles d'achat. Le service commercial et la production partagent des leads, des données et des statuts de commande en temps réel depuis n'importe quel appareil. En collaborant, les processus deviennent plus simples et les produits et services sont livrés plus rapidement aux clients. Vendre ne paraît plus aussi intimidant, c'est maintenant un jeu d'enfant.

---

« Nos interactions avec nos clients sont de bien meilleure qualité. Nous unissons nos forces pour contribuer au maximum au succès de nos clients. Nous exploitons tout le potentiel des données et des connaissances qu'elles nous apportent. Cette nouvelle façon de collaborer est au cœur de la nouvelle stratégie de ABB. »

– Giulio Capocaccia, Directeur marketing et commercial Groupe chez ABB.



## L'intégration des systèmes et la stimulation de la productivité des ventes

Pour tenir la cadence, les entreprises ont besoin de s'appuyer sur des technologies qui les font avancer, plutôt que les ralentir. Leur processus de vente et leur infrastructure technologique doivent leur permettre de réussir, et non d'augmenter leur charge de travail. Il est impératif de trouver une synergie entre les applications de front-office et de back-office. En outre, toutes les étapes de vente, de la demande initiale à la clôture en passant par l'envoi de la commande, doit être fluides et rapides.

GlobalFoundries, une grande entreprise manufacturière de circuits imprimés et opérateur de la plus grande fonderie de silicium au monde, emploie des milliers de gens à Singapour, en Allemagne et aux États-Unis. Malgré son envergure, elle ne disposait pas de processus et de technologies assez efficaces pour atteindre ses objectifs commerciaux et livrer les produits à temps. L'entreprise a investi beaucoup d'argent dans un CRM sur site. Malheureusement, très peu de personnes utilisaient l'outil. Chaque commande était personnalisée à partir de milliers de configurations possibles et les commerciaux n'avaient pas recours au nouveau logiciel. De plus, l'intégration entre l'ERP front-end et back-office était quasiment inexistante.



Après 6 mois seulement, GlobalFoundries a abandonné cette solution. Puis, à la suite d'un test réussi sur Salesforce concernant la gestion des relations avec les partenaires, la fonderie a migré l'intégralité de son CRM sur Sales Cloud Lightning et ce, en moins de deux mois. Désormais, GlobalFoundries peut se targuer d'avoir un système efficace pour favoriser les ventes, qui s'intègre parfaitement avec son système ERP back-end Oracle.

Les responsables commerciaux gèrent plus de choses plus facilement grâce aux fonctions de gestion des leads, au nettoyage des données, à la collaboration au sein de l'entreprise et à la gestion automatique des contrats. Sales Cloud Lightning automatise une bonne partie

du processus de commande pour accélérer la fabrication et la distribution, tout en limitant les erreurs à chaque étape. Les clients peuvent directement personnaliser leurs configurations, améliorer la précision et réduire les délais. « Salesforce a permis d'améliorer notre productivité mais aussi la cohérence de nos résultats, » a déclaré King Ou, Directeur des systèmes et solutions.

« Salesforce a permis d'améliorer notre productivité  
mais aussi la cohérence de nos résultats. »

– King Ou, Directeur des systèmes et solutions, Globalfoundries

## Les partenaires de distribution, des acteurs clés dans la dynamisation des ventes

Dans l'industrie manufacturière, les partenaires de distribution sont connus sous divers noms : distributeurs, revendeurs, sous-traitants, grossistes et détaillants. Réunir tous vos partenaires sur un seul portail réduit la complexité et améliore la visibilité, stimule la vente collaborative et facilite la reconnaissance des affaires des partenaires. Globalement, vous optimisez le fonctionnement de votre organisation.

Honeywell, entreprise pionnière dans le secteur du chauffage depuis un siècle, a connu un véritable bouleversement du marché causé par l'émergence de l'Internet des objets (IoT). De nouveaux acteurs proposant des produits innovants ont commencé à s'emparer de leurs clients. Il était temps pour eux de revoir complètement leurs méthodes de vente, d'entretien et de fabrication de leurs produits. Honeywell a conçu une gamme de thermostats connectés pour dynamiser ses ventes et gagner des parts de marché. Ce n'étaient pas les premiers objets connectés à être commercialisés mais si ils avaient pu être reliés au large réseau de prestataires indépendants de Honeywell, ces derniers avaient le plus de chance de créer des nouveaux business models, de générer des profits et de changer le comportement d'achat des clients.



« Ce qui nous importait, ce n'était pas de connecter les foyers mais de connecter nos clients, » a expliqué Tony Utley, Vice-président et Directeur général de Honeywell Home Comfort & Energy Systems. Avec les thermostats connectés de Honeywell, les consommateurs peuvent gérer et surveiller la température ainsi que la consommation énergétique de leur domicile où qu'ils se trouvent, depuis leurs smartphones ou tablettes. Grâce à la communauté de partenaires et à l'application mobile Salesforce, les techniciens indépendants sont également connectés. Plus qu'un simple objet intelligent, c'est une véritable mine d'opportunités pour les acteurs de la distribution. « Chaque thermostat connecté Honeywell vendu peut être connecté à un sous-traitant via le bouton «Trouver un prestataire» inclus dans l'application, » a déclaré Steve Weick, responsable « Marketing Distribution » chez Honeywell. « Nous proposons aux clients des prestataires dans leur zone qui peuvent venir les dépanner. »

Les prestataires, munis des informations clients grâce à l'application, peuvent réinventer le service client. Ils peuvent prévoir les travaux de maintenance de manière proactive, charger leur camion avec les pièces

de rechange nécessaires, apprendre aux clients comment gérer leurs systèmes plus efficacement et trouver de nouvelles façons d'accélérer leurs services tout en resserrant les liens avec les clients. En établissant ces connections, Salesforce permet à ces partenaires de distribution de proposer un niveau de service extrêmement personnalisé et totalement inédit, aussi bien pour les clients que pour l'industrie.

« Salesforce crée un véritable lien de confiance entre deux personnes qui n'étaient pas censées entrer en contact, » a expliqué David Quam, Chef de produit senior Solutions logicielles chez Honeywell. « C'est devenu une machine de génération de leads. » Avec Salesforce, tous les prestataires mettent à jour les informations clients, suivent les leads ainsi que les demandes clients, et programment ou effectuent un suivi des travaux de maintenance et de réparation. Les prestataires ont accès aux données en temps réel des thermostats connectés Honeywell et à un historique des interactions clients avec chaque objet. Ils peuvent ainsi anticiper les besoins futurs. Grâce à la Communauté de partenaires, les prestataires tissent de lien sur le long terme avec les clients.

---

« Salesforce crée un véritable lien de confiance entre deux personnes qui n'étaient pas censées entrer en contact. »  
C'est devenu une machine à générer des leads. »

– David Quam, Chef de produit senior, Solutions logicielles chez Honeywell

## Une solution CPQ nouvelle génération pour conclure plus d'affaires

Pièces d'avion, réfrigérateurs, circuits imprimés personnalisés ou équipement de construction, les biens durables deviennent tous de plus en plus complexes. Les entreprises manufacturières doivent trouver un moyen simple pour dompter cette complexité afin d'obtenir des commandes et des configurations correctes dès le départ. Mais comment s'y prendre ? Attention, scoop du siècle : les sempiternelles feuilles de calcul, les échanges d'e-mails et les éternels cycles d'approbation ne vous seront d'aucune utilité.

Mitsubishi Electric Cooling & Heating fabrique et vend des équipements de chauffage et de refroidissement pour les résidences privées et les espaces commerciaux. Leurs représentants étaient tellement noyés sous les fax, les e-mails et la papperasse inutile qu'ils n'avaient plus le temps à dédier à la conclusion d'affaires. Christopher Osment, Directeur du service informatique chez Mitsubishi Electric, s'est alarmé, « Nous nous devons transformer et moderniser les pratiques de nos représentants commerciaux et partenaires de distribution. » Avant, élaborer un devis consistait à envoyer des fax manuscrits, recevoir des PDF par e-mail et avoir plus de 200 versions de feuilles de calcul Excel. « Un jour, j'ai vu un représentant commercial entrer dans le bureau



et dire 'J'ai besoin d'élaborer un devis pour cet acheteur,' et il avait une serviette en papier d'un restaurant du coin dans la main, » s'est exclamé Christopher Osment. Le prix à payer était considérable : des trous dans l'inventaire, un chiffre d'affaires imprévisible et la perte d'opportunités commerciales en raison des longs cycles de vente et des devis interminables.

Christopher savait pertinemment qu'il pouvait simplifier l'élaboration de devis s'il trouvait un moyen de prévoir et de livrer à temps les configurations du produit. Il a donc choisi de combiner Sales Cloud Lightning, la Communauté de partenaires et Salesforce CPQ pour moderniser le processus de vente de Mitsubishi Electric. « Environ la moitié de nos devis inclut l'offre d'un distributeur pour la vente d'un équipement de refroidissement pour un projet immobilier, » a déclaré Christopher Osment. « Sur Salesforce, tout est en ligne et au même endroit. De plus, la solution est facile à prendre en main pour nos distributeurs et notre équipe commerciale. Nous sommes en mesure de répondre plus rapidement à des offres et à décrocher

plus de projets. » Salesforce a donné à Mitsubishi Electric les moyens d'améliorer sa gestion des profits et pertes et sa planification des stocks. Les représentants n'ont désormais plus besoin d'établir des devis sur papier et avec des pièces jointes.

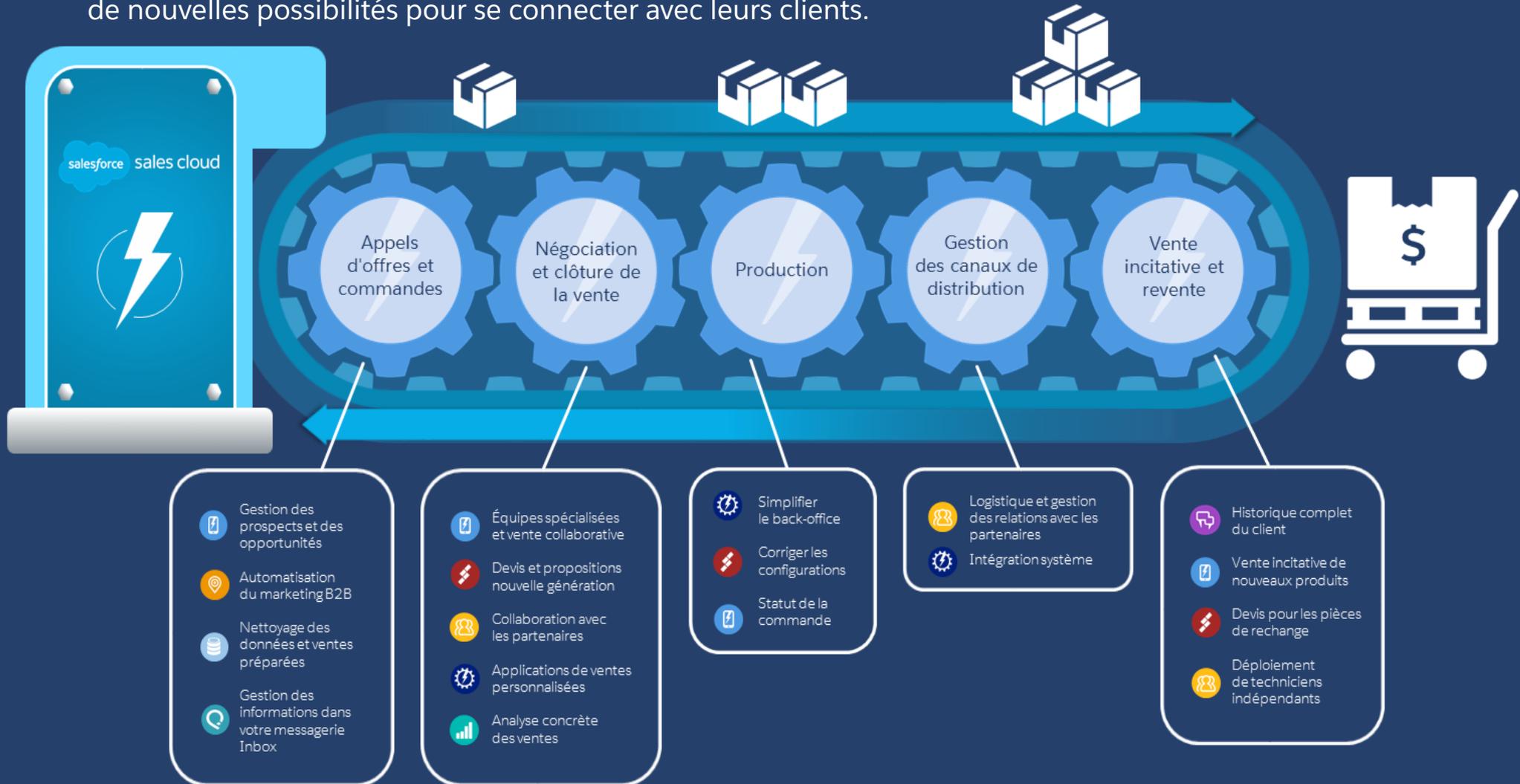
« Dans le secteur du chauffage et du refroidissement, très peu d'entreprises sont équipées d'une technologie de pointe. Nous avons maintenant une longueur d'avance sur nos concurrents, » a affirmé Christopher Osment. Avec Salesforce, les équipes de vente de Mitsubishi Electric visualisent les leads dans l'en-cours, travaillent ensemble pour les convertir en opportunités et créent des devis précis en un clin d'œil depuis un système unifié. En six mois, les résultats de Mitsubishi Electric sont déjà plus que probants. La durée du cycle de vente a été considérablement réduite, plus 30 % de propositions ont été élaborées et le temps nécessaire à l'approbation des devis est passé de deux jours à seulement deux heures. Dans un secteur où les délais sont cruciaux pour conclure une vente, la rapidité est un facteur clé de différenciation pour Mitsubishi Electric.

« Sur Salesforce, tout est en ligne et au même endroit. De plus, il est facile à prendre en main pour nos distributeurs et notre équipe commerciale. Nous sommes en mesure de répondre plus rapidement à des offres et à décrocher plus de projets. »

– Christopher Osment, Directeur du service informatique chez Mitsubishi Electric

## Une plateforme complète de bout en bout :

Sales Cloud est une plateforme permettant aux entreprises manufacturières d'accélérer leurs délais de commercialisation, de booster leur productivité et d'optimiser leur fonctionnement via tous les canaux. Soucieuse de leur réussite, Salesforce les accompagne à chaque étape du processus de vente en leur offrant de nouvelles possibilités pour se connecter avec leurs clients.



## Conclusion

Cet e-book a abordé de nombreux défis auxquels les entreprises manufacturières sont confrontées dans cette nouvelle ère du client. Nous avons découvert comment ABB a réduit ses délais de commercialisation, comment GlobalFoundries a explosé ses objectifs de productivité par la simplification de son ERP, comment Honeywell s'est appuyé sur ses partenaires commerciaux pour augmenter son chiffre d'affaires et comment Mitsubishi Electric Cooling & Heating a résolu ses problèmes d'inventaire et de configuration. Dans chaque étude de cas, ce sont des dirigeants visionnaires qui ont prôné la mise en œuvre de Sales Cloud Lightning.

Pour les entreprises manufacturières, les défis à relever dans l'ère du client sont de taille, mais une fois accomplis, les fruits de leur réussite n'en sont que plus délicieux. Désormais armée pour affronter tous les changements possibles, il est temps pour l'industrie de s'imposer dans l'ère du client avec Sales Cloud Lightning. À chaque étape du parcours de vente, de la demande à la commande, en passant par l'encaissement, les entreprises manufacturières peuvent gagner en rapidité, agilité, mobilité et ingéniosité afin de garder une longueur d'avance. Même si les prospects sont plus informés, les clients plus exigeants et la compétition plus féroce, Salesforce vous aidera à construire une relation durable et unique avec vos clients.

+80 %  
de gain de temps dans  
la conclusion d'affaires  
avec Salesforce CPQ

+44 %  
d'augmentation de la  
productivité des ventes

37 %  
d'augmentation du  
taux de transformation

Autres ressources utiles :



TÉLÉCHARGER L'E-BOOK



LIRE L'E-BOOK



VOIR LA VIDÉO



**CONNECT TO YOUR CUSTOMERS  
IN A WHOLE NEW WAY**



Les informations communiquées dans le présent e-book sont réservées à nos clients et fournies à titre purement informatif. Salesforce ne garantit ni l'exactitude ni l'exhaustivité des informations, textes, graphiques, liens ou autres contenus de ce document. Salesforce ne garantit en aucun cas l'obtention de résultats du fait des recommandations de cet e-book. Nous vous recommandons de vous adresser à un spécialiste (avocat, comptable, architecte, consultant ou ingénieur) pour obtenir des conseils précis, adaptés à votre situation.

Copyright ©2016, Salesforce, inc. Tous droits réservés.