

COMMUNIQUÉ

Nouveau : les Journées Marketing B to B

Comment prospecter sur Internet ? Comment produire un site efficace ? Comment lui assurer un bon référencement ? Quelles sont les clés d'une newsletter efficace ? Cinq formations Benchmark Group du 11 au 15 décembre

Fiat dématérialise la prise de contact client

Le fabricant automobile a remplacé crayons et feuilles de papier par des PocketPC connectables en WiFi. Les données sont transmises sous 3 jours aux bases de gestion de la relation client du groupe.

14 Novembre 2006 Le groupe Fiat participe à des nombreuses manifestations, salons ou conventions pour rencontrer ses futurs clients. Cette année, au salon de l'automobile, l'entreprise s'appuyait sur une solution de prise de contact informatisée conçue par Itelios. Un choix initié dès 2004 sous l'impulsion de la direction de la communication.

 En savoir plus

 Dossier ▶

 Applications métiers

"Jusqu'à présent, nos prises de contact s'effectuaient sur un support papier. Une fois le salon terminé, ces coordonnées étaient saisies sur support informatique, si bien que nous avons là deux risques d'erreurs : lors de la prise de contact et lors de la saisie. D'autre part, la saisie sur format papier ne donnait pas une image très moderne de notre marque", déclare Christophe Uséo, chargé de communication chez Fiat.

En mai, un appel d'offres pour automatiser la gestion des contacts et l'intégrer dans une solution globale de gestion de la relation client (CRM) est lancé. Plusieurs sociétés issues du secteur du marketing ou de la communication y répondent, et présentent leurs solutions maison. Itelios, pourtant société de services informatiques, parvient à convaincre Fiat.

"Ils nous ont fait bonne impression, en maîtrisant leur sujet et notamment l'aspect informatique du projet qui nous faisait froid dans le dos à l'époque. Ils étaient déjà en contact avec nos équipes informatiques, et proposait un tarif compétitif", témoigne Christophe Uséo.

Après une analyse du contexte d'une opération de communication événementielle comme le salon de l'automobile, Fiat et Itelios définissent les principales fonctionnalités de la future solution. Ils élaborent également les dispositifs de sécurité du processus de prise de contact, et enfin sélectionnent l'architecture matérielle.

Une interface Web donne accès en temps réel aux contacts saisis sur le salon

Enfin, la solution retenue est basée sur des développements personnalisés pour des terminaux mobiles PocketPC. Les hôtesses du salon peuvent saisir des fiches clients électroniquement. Par le biais d'une connexion WiFi, ces données sont transmises directement à une base de données centrale consultable à distance par le biais d'un navigateur Web.

Dans le cas où la connexion Internet n'est pas possible pour des raisons techniques, les données restent sur l'espace disque du PocketPC en attendant que le réseau soit de nouveau accessible. L'informatique a d'ailleurs permis d'accélérer la prise de contact grâce aux suggestions de saisies (format des adresses e-mail, code postal et ville...).

Côté sécurité, Itelios a choisi une architecture avec un serveur externe hébergé, contrairement aux propositions concurrentes où le serveur central était présent sur le salon. La connexion entre un PocketPC et le serveur central externe, a donc été chiffrée et soumise à une authentification préalable. Tous les soirs, les données font l'objet de traitements d'intégration dans le système d'information de Fiat.

"Nous transférons les données dans les bases CRM des marques Fiat, puis ces bases se chargent d'amener l'information au réseau de distribution. Cela nous permet, si une personne passe sur le salon à notre stand de stocker à J+1 ces coordonnées, et à J+3 de lui envoyer un e-mail de remerciement. Le même jour, notre distributeur le plus proche dispose des coordonnées clients et peut lui proposer un essai

de véhicule", affirme Christophe Uséo.

Le réseau WiFi, fournit par l'infrastructure de La Porte de Versailles et confié à Hub Telecom, prévoit pour chaque stand un point d'accès spécifique et isolé des autres réseaux. Le support informatique, de même que la location des 43 terminaux mobiles et l'installation du serveur, sont assurés par Itelios. Avant chaque évènement, le groupe dispense une formation de 2 heures aux hôtesses afin de les familiariser avec l'outil.

"Cette année, la solution à traiter plus de 12 500 fiches clients sur nos trois marques Fiat, Lancia et Alpha Romeo. Pour la marque Fiat, nous avons saisi près de 6 000 fiches clients concernant les véhicules particuliers, soit une progression de 73% alors que globalement le salon a connu une baisse d'environ 2% de ses visiteurs en 2006. Sans compter l'exploitation commerciale de ses données à J+3, nous avons déjà un vivier de contacts intéressant pour nos campagnes d'e-mail en 2007", conclut Christophe Uséo.

 [En savoir plus](#)

 [Dossier](#)

[Applications métiers](#)

Le projet en bref

Entreprise Fiat

Budget 10 000 euros par marque

Secteur d'activité Automobile

Type de projet CRM

Editeur retenu Itelios

Date de lancement du projet Mai 2004

En production depuis Septembre 2004

[Yves DROTHIER, JDN Solutions](#)

Copyright 2006 Benchmark Group - 4, rue Diderot 92156 Suresnes Cedex, FRANCE

[Lancer l'impression](#)