



De Lijn propose un transport public « sur mesure » grâce à Dynamics CRM.

De Lijn entendait adopter une approche davantage orientée client et a introduit dès lors Microsoft Dynamics CRM avec l'aide de son partenaire CRM Realdolmen. Ce dernier a également intégré le logiciel à différents systèmes de backend de sorte que le nouvel outil soit à la disposition des collaborateurs de De Lijn comme un véritable environnement de travail unique.

Dynamics CRM est avant tout synonyme de réponses plus rapides, plus efficaces et plus conviviales aux réactions des clients. Les campagnes de marketing s'opèrent désormais aussi via Dynamics CRM de manière à ce que les services marketing de différentes provinces puissent harmoniser leurs actions et partager leurs connaissances et expériences.

Une troisième phase du projet est la gestion des relations avec les clients B2B. En tenant à jour tous les contacts et informations dans le nouveau système CRM, les collaborateurs de De Lijn sont au fait de l'historique du client. Ils peuvent ainsi mieux collaborer, communiquer et vendre.

Dans une dernière phase, les collaborateurs en contact direct avec les voyageurs utiliseront également Dynamics CRM. C'est ainsi que ceux qui travaillent dans les magasins De Lijn auront un aperçu complet des informations client disponibles. De cette manière, les clients bénéficient d'un service plus personnalisé et de meilleure qualité. Quelque 300 collaborateurs de De Lijn vont utiliser Microsoft Dynamics CRM pour l'assistance au service clientèle, la communication, l'entretien des relations B2B et les contacts directs – y compris la vente – avec les voyageurs.

« Dans Microsoft Dynamics CRM, nous pouvons rassembler nos informations clients de manière à fournir un service plus personnalisé et de meilleure qualité », indique Jo Bellekens, gestionnaire de projet CRM de De Lijn. « S'il est vrai que nous sommes un fournisseur de transports publics – par définition, non individuel, il n'en demeure pas moins que notre service n'était pas suffisamment axé sur l'individu. À l'aide de Dynamics CRM, nous entendons adopter une approche davantage personnalisée et orientée client, surtout pour ce qui concerne la communication, les contacts et la vente.

De cette manière, nous nous attachons à convaincre le plus grand nombre possible de voyageurs à utiliser les transports publics. »

INTÉGRATION DE CRM ET OUTLOOK

Le plus grand groupe d'utilisateurs de Dynamics CRM de De Lijn se compose des 135 collaborateurs du service clientèle et du centre de contacts externe. C'est la raison pour laquelle ils ont utilisé le nouveau système dans la première phase du projet. Dans le système de réactions des clients (KRS), ils enregistrent toutes les interactions possibles avec les clients. Cela peut aller des plaintes au feedback positif, en passant par des demandes d'informations ou la notification d'objets perdus. Une grande partie des contacts avec les clients s'opèrent via e-mail.

« Grâce à l'utilisation d'Outlook, nous avons pu parfaitement intégrer Dynamics CRM aux e-mails », explique Realdolmen. « Nous assurons aussi l'intégration avec le site web. » Dès qu'ils reçoivent une demande ou une plainte, les collaborateurs de De Lijn créent un dossier dans Dynamics CRM. Par e-mail, ils peuvent immédiatement demander les informations nécessaires auprès d'un collègue. L'e-mail avec la réponse adressé au client est aussi automatiquement classé dans le bon dossier. Quand la demande émane d'un abonné, le collaborateur du service clientèle retrouve facilement son historique grâce à l'intégration à la base de données. De cette manière, De Lijn peut fournir un service plus personnalisé à ses clients.

Realdolmen a également assuré l'intégration à toute une série d'autres systèmes de backend. Ce faisant, les utilisateurs de CRM disposent eux-mêmes d'une information actualisée relative aux trajets, lignes de bus et conducteurs.



« Avec Microsoft Dynamics CRM, nous rassemblons nos informations clients de manière à pouvoir fournir un service plus personnalisé et de meilleure qualité. »
Jo Bellekens, Gestionnaire de projet CRM chez De Lijn

GESTION PLUS RAPIDES DES PLAINTES

C'est précisément de cette information que les collaborateurs du service clientèle ont souvent besoin pour répondre aux questions ou gérer des plaintes. « Le service clientèle doit désormais nettement moins faire appel à des collègues pour avoir des données et/ou informations », explique Jo Bellekens. « Ce faisant, le temps de traitement des demandes et des plaintes a nettement diminué et nous pouvons donc désormais clôturer un nombre plus important de dossiers. C'est important, car nous sommes tenus par la loi de toujours répondre à nos clients dans les 45 heures. » De Lijn a opté pour une collaboration avec Realdolmen sur la base d'un appel d'offres européen. Jo Bellekens: « Un acteur local constituait quand même un avantage, à commencer par la langue. Le prix était le critère principal, mais la convivialité et la modularité jouaient également un rôle dans la sélection. Avec Dynamics CRM, nous partions sur un progiciel de base parfaitement opérationnel que Realdolmen a adapté pour nous. »

Realdolmen: « C'est un projet étendu et complexe, entre autres, parce que nous devons chaque fois dégager un consensus sur le mode de travail des différentes provinces. » Outre l'intégration à Outlook, l'élaboration et la gestion des rapports constituent aussi un atout majeur du nouveau système. « Les utilisateurs peuvent même créer des tableaux de bord et des vues, par exemple du nombre de plaintes, du temps de traitement et des dossiers en suspens », détaille Jo Bellekens. « Ils peuvent ainsi donner plus efficacement la priorité à des dossiers à longue échéance, alors qu'ils devaient auparavant tenir à jour eux-mêmes des tableaux. Aujourd'hui, ils peuvent aussi rendre compte à la direction de manière beaucoup plus efficace. »

COORDINATION DES CAMPAGNES DE MARKETING

Au cours de la deuxième phase du projet, 30 collaborateurs du département marketing ont travaillé avec Dynamics CRM pour assurer la gestion des campagnes marketing. Auparavant, De Lijn n'avait pas de logiciel central à cette fin et la coordination des campagnes entre les différentes régions était par conséquent insuffisante. « Nous ne déterminions pas quelle région devait effectuer une certaine action à un moment donné », poursuit Jo Bellekens. « Les connaissances n'étaient pas non plus réutilisées ou partagées entre les entités. Comme nous gérons désormais toutes les campagnes en mode centralisé via CRM, tout cela est désormais

possible. Par ailleurs, nous réaliserons à l'avenir plus de campagnes par e-mail. Via les cartes à puce MOBIB, qui remplaceront sous peu les cartes magnétiques et les abonnements papier, nous collecterons en effet le plus d'adresses e-mails possible. Étant donné que l'e-mail est un canal de communication bon marché et efficace, nous entendons l'exploiter davantage. »

INTERACTION AVEC LES AUTORITÉS ET ENTREPRISES

Une troisième phase du projet CRM est la gestion des relations B2B. Cette phase devrait être terminée pour la fin 2013. « Dans ce cadre, nous allons utiliser Dynamics CRM pour répertorier toutes les interactions avec les autorités, les entreprises et d'autres clients commerciaux », souligne Jo Bellekens. « Nous vendons aux entreprises des « systèmes du tiers payant ». Dans ce cadre, l'employeur intervient par exemple dans le prix de l'abonnement de ses collaborateurs ou une commune peut également payer le transport public de ses collaborateurs ou habitants. Et ce n'est pas le seul dossier sur lequel planchent De Lijn et les communes, puisque nos coordinateurs de flux, gestionnaires d'arrêts et contrôleurs dialoguent souvent avec les services communaux. Ces derniers n'ont souvent qu'une seule personne de contact alors que nous pouvons chaque fois dépêcher un autre collaborateur pour se concerter sur différents sujets. Dans le logiciel de CRM, nos collaborateurs pourront tenir à jour les actions déjà mises en œuvre pour un client. De cette manière, nous arrivons à une meilleure collaboration et communication et, partant, à de meilleures ventes. »

CONSEILS PERSONNALISÉS ET DE MEILLEURE QUALITÉ

La dernière phase du projet est davantage orientée vers les voyageurs habituels. Toutes les informations collectées sur les clients dans le backend seront alors disponibles dans le front-end pour les collaborateurs qui sont en contact direct avec les clients. Il s'agit, entre autres, des personnes qui travaillent dans les magasins De Lijn. « Elles verront sur leur écran d'ordinateur toutes les informations sur le client, comme le nombre et le type d'abonnements utilisés dans la famille, l'historique des plaintes et les réservations du bus sur demande téléphonique », indique Jo Bellekens. « Nos collaborateurs pourront ainsi mieux conseiller les clients, par exemple sur les titres de transport et les itinéraires. »

EN SAVOIR PLUS?

info@realdolmen.com - www.realdolmen.com - +32 2 801 55 55