

# Un CRM, pourquoi, pour qui ?



**Le client**, la richesse et la création de valeur pour l'entreprise

Rationaliser les process, automatiser certaines relances commerciales, faciliter l'accès à l'information : on retrouve là des bénéfices apportés par le CRM, forcément du gain de temps et par conséquent des gisements de performance pour l'entreprise. Mais sa mise en place peut prendre du temps.

## Pourquoi ai-je besoin d'un CRM ?

Avant tout élément de réponse, il faut d'abord rappeler la vocation des logiciels **CRM** ! Un **CRM (Gestion de la Relation Client** en français) permet de centraliser, sauvegarder, gérer et exploiter l'ensemble des données prospects et clients recueillies par l'entreprise sur l'ensemble des points de contact et d'interaction, qu'ils soient physiques ou digitaux.

Il se trouve que le volume de data clients et prospects qu'une entreprise est aujourd'hui amenée à gérer ne permet plus une gestion "à la main", à grand renfort d'agenda, d'e-mails, de fichiers bureautiques...voire de classeurs. A l'ère du numérique, il est donc nécessaire d'optimiser la capacité de gérer ce volume d'informations : bien sûr pour ne pas les perdre, mais surtout pour les exploiter !

En effet, il ne faut pas oublier que le nerf de la guerre (commerciale) tient dans la qualité de l'information disponible et la capacité à la mobiliser rapidement et efficacement. Au-delà des bonnes volontés individuelles au sein des équipes commerciales ou service client, un **CRM** servira à structurer, sécuriser et professionnaliser ce domaine stratégique de l'entreprise.

## Quels bénéfices au CRM ?

Une fois ces fondamentaux posés, nous pouvons aller plus loin sur la question des bénéfices potentiels à en obtenir. En effet, la mise en place d'un **CRM** demande un

investissement important, budgétaire et humain - même si en dix ans, avec la vague de solutions web, les coûts ont fortement baissé. Il est nécessaire d'identifier les besoins prioritaires auxquels il doit répondre pour être ensuite capable de mesurer un vrai retour sur investissement (ROI).

Quels sont les signaux internes révélant l'intérêt d'un **CRM** au sein de votre entreprise ?

- Un commercial est parti et son départ a mis en évidence la perte d'informations et d'historique ? Est-ce que votre entreprise subit une forme de dépendance à la relation individuelle " commercial - client ", comme si les clients ne vous appartenaient qu'en partie ?

=> Ici, le **CRM** aura pour objectif de systématiser la mise à jour et le partage des informations sur les rendez-vous, l'activité, les propositions en cours chez chaque client.

- Les résultats commerciaux ne sont plus au rendez-vous et vous souhaitez augmenter l'action commerciale, analyser et piloter plus finement ?

=> Dans ce cas, le **CRM** apportera une aide aux commerciaux pour mieux s'organiser, accéder à l'information interne utile et améliorer leur productivité. Il permettra aussi de remonter d'un cran dans le pilotage avec un suivi des actions et des affaires en cours. Et, ainsi, s'assurer de la bonne allocation des efforts commerciaux sur les bonnes cibles prospects et clients.

- Vous souhaitez optimiser votre budget marketing-communication pour qu'il contribue plus directement à la génération de contacts pour vos commerciaux ?

=> Le **CRM** contribuera à un meilleur alignement des ventes et du marketing en fluidifiant le processus de génération puis d'allocation de contacts prospects. Par exemple, un lead - c'est à dire un contact avec un intérêt potentiel - généré par un formulaire sur le site internet pourra automatiquement être alloué à un commercial spécifique selon son appétence pour un produit / service plutôt qu'un autre.

- Votre service client reçoit des demandes à 80% identiques et, pourtant, chacun a sa façon de traiter la demande ? Les arrivées des demandes sur les différents canaux (e-mail, téléphone, réseaux sociaux, agences...) sont aujourd'hui impossibles à piloter de manière globale ?

=> Le **CRM** devra vous permettre de documenter et enrichir la gestion des demandes clients, de regrouper les demandes multicanales et, ainsi, de mieux les gérer. Les effets recherchés touchent l'amélioration de la productivité et la satisfaction client.

### **Expliciter le but recherché**

En résumé, au-delà de la nécessité de disposer d'une vision à 360° de la Relation Client dans votre entreprise et de réellement posséder l'information client, le logiciel **CRM** agit

sur des indicateurs mesurables, tels que la productivité commerciale, la quantité et la qualité des leads, la gestion des demandes et la satisfaction client.

Enfin, il est l'important que le but recherché soit explicité et partagé avec les collaborateurs - futurs utilisateurs - de la solution. Cette étape est primordiale car elle servira de fil conducteur à l'ensemble du projet. En effet, comme le montre les exemples cités plus tôt, la réponse à la question "pourquoi ai-je besoin d'un **CRM** ?" va permettre de définir le périmètre fonctionnel prioritaire, donc de cibler les fonctionnalités et les usages au sein de l'entreprise. Pour qui ?

## **Evidemment, pour vous !**

Notre solution CRM SaaS externalisée va booster votre activité comme jamais

Car en externalisant votre solution CRM, vous économisez du temps, de l'argent, augmenter votre relation client et en profiter pour offrir beaucoup avec notre propre marge...

Nous contacter ne vous engage en rien et peut faire toute la différence en augmentant votre performance et vos parts de marché.

Si toutefois vous estimez que votre offre irrésistible mérite d'être valoriser au mieux auprès de vos clients Professionnels ou Particuliers, d'ailleurs, **la création et la diffusion de votre page web géolocalisée sur la Markeplace régionale de Foyl.fr est gratuite et la solution CRM est instantanément opérationnelle.**



<https://www.Foyl.fr>

*Focus on your life, Partenaire de vos ambitions*



***Voir notre Offre détaillée***

***Pas de client, pas de business !***



*L’Affichage de cette PLV, oriente délibérément votre action vers la satisfaction client !*

***Il ne suffit plus d’afficher son offre marchande !***

**MIEUX QU’UNE REMISE**

Cet établissement convertit vos points fidélité Foyl en Euros ou en bons d’achats et en bonus Kdos de 75 à 15 000 €, en flashant votre QR code personnel



Inscription gratuite sur Foyl.fr avec le nom de cette enseigne



*Le digital, permet de dématérialiser les multi tâches indispensables pour gérer convenablement son activité, tout au moins la partie CRM (relation client)*





## **Seule 17% des TPE/PME de + de 10 salariés s'approprient le sujet, comme étant essentiel !**

De la prospection à la fidélisation, le processus Foyl.fr est entièrement automatisé pour apporter le meilleur confort d'utilisation, mais aussi de performance, tout en ayant pour objectif d'optimiser la trésorerie ([BFR](#)) des TPE, comme des PME réalisant 50 à 200 K€ de C.A environ.

**Le modèle économique de Foyl.fr repose sur sa vision de fonctionner comme une coopérative, en partageant son chiffre d'affaire mensuel, avec ses Affiliés consommateurs.**

**Identité visuelle :** Dès votre inscription gratuite, vous pouvez incrémenter automatiquement votre page web dans notre marketplace régionale, en mettant votre logo, enseigne, présentation vidéo et photos (diaporama) réseaux sociaux, votre présentation d'entreprise, horaire, contact, géolocalisation google map (servant également de GPS) le tout depuis votre PC, mais aussi depuis votre tablette ou smartphone.

**La prospection :** dès votre inscription vous recevez vos identifiants personnalisés permettant de mettre en place votre stratégie CRM, en choisissant la perspective de développement vous convenant, dès lors nous envoyons une campagne sms aux consommateurs de votre zone géographique, lambdas ou déjà Affiliés à notre programme, en leurs disant « (l'enseigne... ) distribue des points fidélités convertissable en euros ou en bons d'achat et en bonus cadeaux de 75 à 15 000 €. Inscription gratuite en cliquant ICI (lien de parrainage de l'enseigne) »

**La vente** : de fait la vente devient bien évidemment plus confortable et plus productive, car faite à 100% et sans remises... tout en augmentant la satisfaction client, sa marge brute, voir en obtenant des revenus récurrents supplémentaires. Votre offre irrésistible s'en trouvera d'autant plus valorisée qu'en final de compte, le client cherchera qui peut lui fournir des points fidélité convertissable, notamment dans des établissements n'ayant que très peu de marge de manœuvre (coefficient de marge commercial) comme l'alimentaire, le carburant...

**La gestion de l'entreprise** : s'en trouvera d'autant plus dynamisée qu'elle augmentera son BFR (besoin en fonds de roulement) en réduisant considérablement ses remises consensuelles de 75 à 90%. Générant ainsi plus de trésorerie pour accentuer son développement économique et social. De plus, l'option des revenus récurrents générés par l'affiliation de ses propres clients (par cycle trimestriels) peut produire une ressource intéressante pour créer une prime d'assiduité, des stages développement personnel, une crèche ou tout autre chose pouvant produire plus d'éthique et de la bienveillance dans l'Entreprise, donner plus de sens à l'action individuelle et collective, d'autant que le nouveau paradigme économique et social prône un management incluant l'Humain au détriment d'un vertical révolu

**La stratégie Marketing** : Trouver le meilleur moyen de faire passer son message au prospect idéal... pendant qu'il est sollicité quotidiennement, par une multitude d'offres du marché (concurrents ou non) Le marketing est le pilier indispensable gérant la relation client en coordination avec tous les postes précités, afin de pérenniser la meilleure expérience client. Certains anticiperont la date d'anniversaire du client, comme d'autres préféreront renforcer son S.A.V en ne contestant en rien le défaut de service ou produit, en le remplaçant naturellement. L'objectif de Foyl.fr est d'optimiser le pouvoir d'achat des Affiliés consommateurs de 5 à 25% par mois sur leurs consommations personnelles, même sur l'alimentaire et le carburant, car en externalisant la ressource CRM, permet aux professionnels de booster leurs coefficient de marge en bénéficiant de celle Foyl.fr, mais pas que.

**La fidélisation de Foyl.fr** : Lorsque l'affilié(e) reçoit naturellement les avantages promis, il fait une expérience émotionnellement satisfaisante. **Un** il constate sur son espace client privatif, qu'à chaque achat quotidien il cumule des points fidélité et peut les convertir en Euros ou en bons d'achats selon son choix, mais en plus « thésaurise » des bonus cadeaux en bons

d'achats d'une valeur de 75 à 15 000 € (mais sans limite en réalité) **Deux**, même si il utilise son cash pour acheter chez un autre professionnels hors du réseau, il se souviendra que c'est uniquement chez les professionnels du réseau qu'il obtient cet avantage, inégalé sur le marché. **Trois**, en cumulant des bonus cadeaux, il se fidélise naturellement pour réaliser son objectif personnel, puisque sans limite (tous les points étant déjà payer)

**Le S.A.V et le suivi client** : Devient un prétexte pour entretenir de bonnes relations avec la clientèle, surtout pour renforcer la E-réputation par des commentaires laissés sur la page web de l'Entreprise disponibles sur la Marketplace régionale.

**La prime d'assiduité** : En collectant des points fidélité via les consommations des affiliés directs de l'Entreprise, génère également du cash pouvant être destiné aux employés de quelconques manières, chacun étant libre de l'utiliser comme bon lui semble.

**Investissement / Sécurisation de la trésorerie** : Tous les indicateurs économiques attirent l'attention sur la nécessité de créer de la richesse, mais surtout d'indexer tout ou partie de ses excédents sur des valeurs refuges comme l'Or, le diamant ou la blockchain.

Aujourd'hui en ce début 2019, notre modèle économique reposant sur la consommation des ménages en offrant plus de pouvoir d'achat, permet de se projeter dans une perspective de croissance exemplaire, comme de créer notre propre ICO (cryptomonnaie indexé sur ce modèle économique)

En attendant nous proposons à tous nos Partenaires Affiliés Consommateurs ou Professionnels, de se mobiliser dans une action spécifique « nommée Convergence » pouvant générée pas moins de 5% de rendement mensuel, en permettant d'accroître la notoriété de Foyl.fr par un échange de bon procéder.

Nous mettons à disposition 10 000 bons d'une valeur unitaire de 100 €, garantissant le rendement versé tous les trimestres civils.

Pour recevoir l'offre détaillée, il suffit d'envoyer un mail à [contact@foyl.fr](mailto:contact@foyl.fr)

# Économie : que pèsent réellement les PME et TPE en France ?

Le rôle des TPE/PME dans l'économie française en



Les PME et TPE jouent un rôle primordial dans le tissu économique français.

Que l'on considère leur part dans l'emploi salarié, dans la valeur ajoutée créée en France ou encore dans l'effort de recherche et d'innovation, ces très petites et moyennes entreprises pèsent autant que les grandes entreprises. Le DataLab Emploi revient au travers de 10 chiffres sur le poids des PME et TPE dans l'économie française.

**La part des TPE/PME sur le nombre total d'entreprises**





99,8%

La France compte 3,1 millions de TPE et PME, soit 99,8 % du nombre total d'entreprises. Une très grande majorité d'entre elles (96 %) sont des microentreprises (MIC).

### **La part du chiffre d'affaires réalisé par les TPE/PME**



36%

Les TPE et PME réalisent chaque année 1 300 Milliards d'euros de chiffre d'affaires, soit un peu plus du tiers (36%) du chiffre d'affaires total des entreprises françaises.

### **La part des salariés qui travaillent dans une TPE/PME**



49%

Sur un total de 14 million de salariés en France (en équivalent temps plein), 7 millions travaillent dans les PME/TPE. Les ETI et grandes entreprises représentent quant à elles respectivement 23 % et 27 % de l'effectif salarié.

### **La part des TPE dans l'emploi salarié**



20%

Les seules TPE comptent pour 20 % de l'emploi salarié total, avec un poids prépondérant dans la construction et l'hébergement-restauration.

### **La part des TPE/PME qui exportent leurs produits ou services à l'international**



11,7%

361 000 TPE/PME exportent leurs produits ou services, dont 317 000 TPE. Cela représente 11,7% des PME et TPE. En comparaison, la part d'exportateurs parmi les grandes entreprises est de 97,7%.

### **La part des TPE qui n'ont aucun salarié**



55%

Plus de la moitié des TPE n'ont aucun salarié.

### **La part de la contribution des TPE/PME dans la valeur ajoutée du tissu productif**



44%

Les PME et TPE françaises contribuent à hauteur de 44 % dans la valeur ajoutée du tissu productif français (21 % pour les TPE et 23 % pour le PME).  
Les ETI et grandes entreprises se partagent les 56 % restants.

### **La part des PME qui ont recruté dans les six derniers mois**



69%

Plus des deux tiers (69 %) des PME ont recruté au moins une personne dans les six derniers mois.

### **La part des PME qui ont des difficultés pour recruter**



64%

Deux PME sur trois affirment rencontrer des difficultés pour recruter. Les trois principales raisons invoquées sont la pénurie de compétences (54 %), le manque de motivation des candidats (48 %) ou encore la complexité juridique et administrative imposée par le code du travail (43 %)

## **L'augmentation des aides publiques en faveur de TPE/PME depuis 2003**



150%

Entre 2003 et 2010, le montant des aides publiques en faveur des TPE et PME a augmenté de plus de 150 %, pour atteindre 7,7 milliards d'euros via la création des dispositifs spécifiques « Jeune entreprise innovante », ou encore grâce aux aides de Bpifrance.

*Sources : INSEE, Les Entreprises en France 2014 (données 2011) et Etude Ipsos pour Randstad (données 2016)*