

PROJ M1-FA-MIAGE

CRM365 *Cahier des charges*

Groupe :
Antoine Craske
Tarik Djebien
Eric Sitraka Rakotobe
Rudy Stienne

Date: **Janvier 2012**



CRM 365 : Cahier des charges

Tables des matières

[CRM 365 : Cahier des charges](#)

[Tables des matières](#)

[Glossaire](#)

[Abstract](#)

[Cible](#)

[Amélioration ciblage client](#)

[Reporting concret](#)

[Automatiser la génération des actions](#)

[Rationalisation des outils de CRM](#)

[Profils utilisateurs](#)

[Fonctionnalités attendues](#)

[Alimentation d'événements](#)

[Exploitation des données](#)

[Périmètre des événements](#)

[Événements saisis](#)

[Événements provenant de SI internes](#)

[Événements provenant de réseaux sociaux](#)

[Facebook](#)

[Tweeter](#)

[Planning](#)

[Livrables projet](#)

[Sprint 1](#)

[Risques identifiés](#)

[Responsabilités](#)

Glossaire

Événement

Action effectuée par un client (e.g. achat, retour, envoi mail, ouverture de mail, appel téléphonique).

Action

Tâche à réaliser.

CRM

Customer Relationship Management : Gestion de la relation client - ensemble d' outils et de techniques destinés à capter, traiter, analyser les informations relatives aux clients et aux prospects, dans le but de les fidéliser en leur offrant le meilleur service.

SI

Système d'Information : ensemble organisé de ressources (matériels, logiciels, personnel, données et procédures) qui permet de regrouper, de classifier, de traiter et de diffuser de l'information sur un environnement

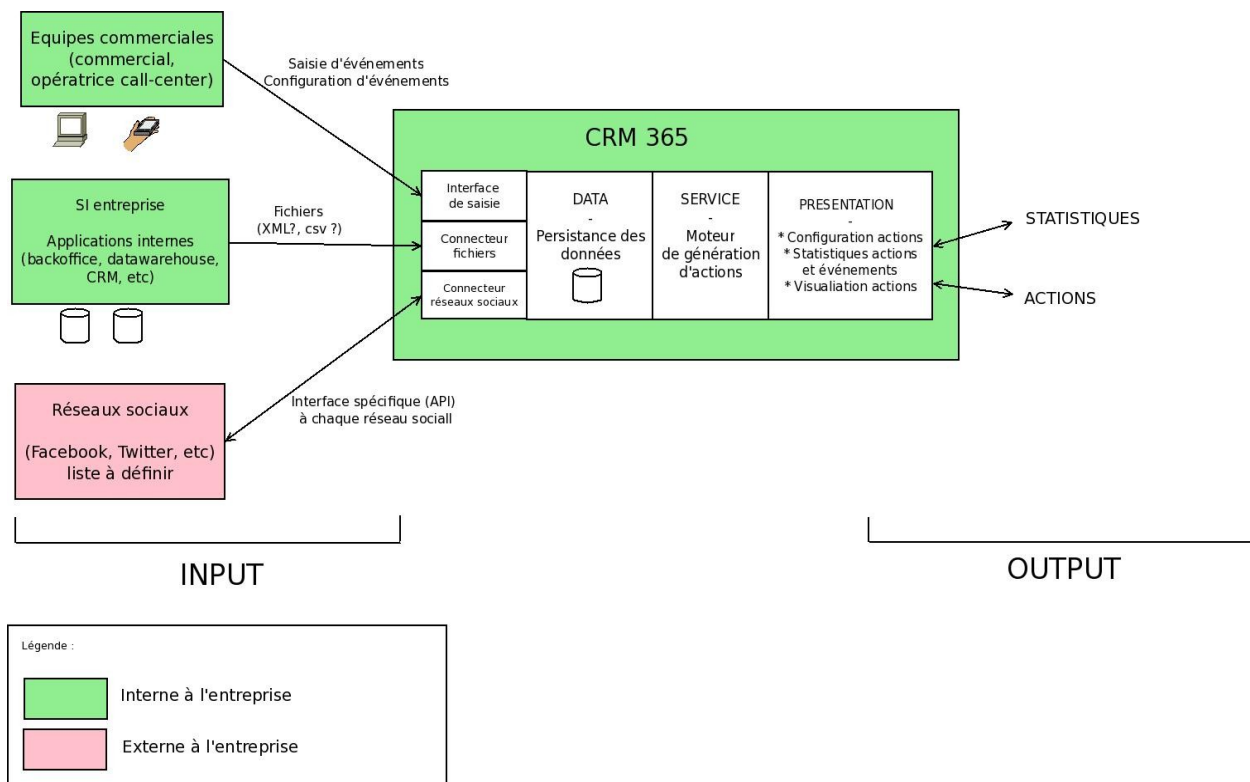
Abstract

CRM 365 est une application récupérant des événements centrés client de plusieurs sources. Le personnel dédié à la vente enrichit l'application avec des événements saisis manuellement. Des flux de données proviennent d'applications internes à l'entreprise et de réseaux sociaux. L'intérêt des événements récupérés est double : construction de statistiques et configuration d'actions déclenchées suite à des événements récupérés.

Les événements étant récupérés de multiples sources, CR365 offre une vue transverse centrée client permettant de définir des actions avec des critères beaucoup plus précis (e.g. Si client n'est pas fan de ma marque sur Facebook et n'a pas commandé depuis un mois, déclencher l'action envoyer mail offre spéciale si devient fan de la marque). De ce fait, la communication envers le client est beaucoup plus ciblée et permet d'augmenter les ventes de l'entreprise.

Les actions sont générées par CRM365 et peuvent être réalisées à la fois par les équipes de ventes ou par une application tierce. Par exemple, un commercial se connecte à l'application, réalise une tâche qui lui est affecté et la marque comme exécutée. Pour les applications tierces, les événements seront envoyés par fichiers.

Le schéma ci-dessous présente le fonctionnement de l'application.



Cible

L'application est principalement destinée aux PME car les entreprises de plus grosses tailles disposent de moyens informatiques importants. Ils ont donc déjà mis en place les outils nécessaires pour automatiser le reporting, le ciblage client et la gestion des tâches du personnel.

CRM365 répond aux besoins de :

- Reporting transverse client afin d'améliorer le ciblage du profil client.
- Reporting sur les tâches effectuées par le personnel dédié à la vente.
- Automatiser la génération des actions après occurrences d'événements spécifiques.
- Rationalisation des outils de CRM par centralisation.

Amélioration ciblage client

Les PME possèdent en majeure partie une informatique architecturée en silo. Cela ne leur permet pas d'avoir une vue transversale centrée client. Il leur faudrait en effet développer des connecteurs spécifiques entre chaque application ce qui n'est pas envisageable en terme de coûts d'investissements et de maintenance. En manque de moyens informatiques, ils veulent être capables de suivre des données précises mais de manière transversale pour prendre les bonnes décisions. Un infocentre peut déjà répondre à ce besoin de reporting ciblé. Néanmoins, reste la question de connaissance du profil client afin de lui proposer des offres personnalisées.

CRM365 permet aux entreprises d'avoir une vue transversale de leurs clients via la récupération d'événements qui leur sont associés. Cela permet de cibler plus précisément les profils des clients et donc d'adapter les offres commerciales et la communication. Les clients reçoivent des offres qui correspondent à leur profil et sont donc plus enclin à acheter. L'entreprise améliore donc sa rentabilité par l'augmentation des ventes et les économies réalisées par la rationalisation de sa communication envers le client.

Reporting concret

Les entreprises ont besoin de mesurer l'impact sur le terrain d'un changement d'organisation des équipes. Ce besoin n'est pas comblé par les outils actuels (infocentre, datawarehouse). Ces derniers ne permettent pas de mesurer les changements dans le travail effectif des équipes.

CRM365 offre un reporting sur les événements entrants et les actions effectuées par les équipes de vente. On peut ainsi mesurer dès le premier jour de mise en place de nouvelles tâches les impacts sur le terrain : Est-ce que les tâches existantes sont toujours traitées ? Est-ce que les effets attendus après l'ajout d'actions sont bien présents ? Quel temps les équipes consacrent-elles à ces nouvelles tâches ? Cela apporte une réelle valeur ajoutée car on peut rapidement se rendre compte de dérives et mettre en place des actions correctives au plus vite.

Automatiser la génération des actions

Nous sommes convaincu que les outils de reporting actuels ne sont pas complètement utilisés. Il manque aujourd'hui un lien entre les décisions prises par analyse de reporting et la mise en place des décisions sur le terrain. De plus, les outils de reporting étant tellement nombreux et communs, les utilisateurs ne se demandent parfois plus pourquoi ils ont construits le reporting : À quelle fin ? Quelle décision leur permettra t-il de prendre ? Ils sont dans l'utilisation du reporting pour le reporting et non pour la décision et l'action.

CRM365 permet de faire le lien entre le reporting et l'action. On identifie premièrement les critères de segmentation des clients concernés puis on intègre les événements nécessaires dans l'application. On configure ensuite les règles pour déclencher la création d'une tâche après récupération des événements identifiés. La tâche doit être configurée pour qu'elle soit affectée aux personnes adéquates avec une procédure claire (e.g. Appeler le client pour lui proposer une remise de 20% sur son prochain achat de téléphone mobile).

CRM365 permet donc aux PME d'automatiser la génération d'actions pour les équipes de ventes, de réduire leurs investissements en reporting informatique ainsi que la complexité de leur système d'information.

Rationalisation des outils de CRM

Les PME sont souvent limitées en moyens informatiques et ont donc peu de possibilités d'investissements. Le choix se porte souvent sur des offres SaaS avec un coût forfaitaire par utilisateur qui leur permet de ne pas avoir à amortir les coûts d'infrastructure. Ces choix peuvent conduire à des effets négatifs. Comme il est aisé de souscrire à une telle offre, au bout de quelques années, l'entreprise se retrouve avec un nombre important de souscriptions à des offres CRM et reporting en mode SaaS. Les coûts récurrents forfaitaires sont alors importants et très difficiles à baisser car il n'y a aucun amortissement et le coût est lié à l'utilisation. De plus, la complexité est augmentée car plusieurs applications gèrent ou fournissent la même information. Des coûts indirects de saisie ou de développement dupliqués apparaissent. Devant cette complexité et l'augmentation des coûts, l'entreprise doit rationaliser son système d'information par la centralisation d'un outil de CRM.

CRM365 répond à ce besoin de centralisation de la CRM. Les événements et les actions sont à un niveau client et permet donc à l'entreprise de centraliser l'ensemble de ses informations clients dans un seul outil. CRM365 leur permet donc de rationaliser leur système d'information et donc de réduire la complexité et les coûts informatiques.

Profils utilisateurs

Trois rôles différents sont identifiés pour l'utilisation de l'application : administrateur, exécutant et décideur.

L'administrateur de l'application sera responsable du paramétrage des événements et des actions à générer. Dans une entreprise lambda, ce rôle peut être endossé par un responsable du fichier client.

L'exécutant donnera accès au reporting, aux actions à effectuer et la saisie d'événements. Dans une entreprise lambda, ce rôle peut être endossé par les commerciaux et opératrices de call-center.

Le décideur fournira un accès à la partie reporting. Les fonctionnalités sont détaillées ci-après. Dans une entreprise lambda, ce rôle peut être endossé par le responsable marketing.

Fonctionnalités attendues

Les fonctionnalités du projet sont divisées en recueil des données traduites sous forme d'événements et exploitation des données visibles sous forme d'actions.

Alimentation d'événements

Alimenter des flux de données d'entreprise (automatisé)

A partir de données récupérées depuis des application internes à l'entreprise, nous allons alimenter notre base de données via des fichiers xml, csv ou autre format standard à définir. Nous allons ainsi pouvoir recueillir des données concernant un client lambda, notamment ses tendances d'achat d'un produit type, ses retours produit, etc.

Alimenter des événements manuellement

L'alimentation manuelle d'un évènement se fera via un formulaire adapté pour remplir la base de données. Les champs de saisies étant configurés par l'administrateur de l'application afin de standardiser les événements récupérés.

Cette alimentation sera effectuée par les opérateurs call-center, ou les commerciaux. Il faudra donc être authentifié avec le "rôle" de call-center/commercial pour pouvoir alimenter les évènements manuellement.

Les évènements renseignés dans la base de données seront exploitées pour faire un "reporting" des évènements (tel client à tendance à effectuer telle action), permettant ainsi de cibler le client, et d'effectuer une action en retour

Exploitation des données

Consulter une liste d'actions-retours à effectuer

Les opérateurs call-center / commerciaux pourront avoir accès à une liste d'actions à effectuer envers des clients, en retour à un évènement déclenché par le client : envoi d'un mail donner un rendez-vous, appeler le client etc lui suggérant tel autre achat en réponse à un achat effectué antérieurement, ou lui informant de la sortie d'un nouveau produit.

Cette liste d'actions se trouvera dans une 'boite commune' à tout les opérateurs/commerciaux, lorsque ces derniers sont authentifiés.

Pour pouvoir prendre en charge l'action à effectuer envers un client, chaque opérateur/commercial disposera d'une 'corbeille nominative', dans lequel il pourra 'ajouter le client' qu'il voudra prendre en charge (faisant ainsi disparaître le client de la boite commune), permettant ainsi de réserver le client et d'éviter la réalisation concurrente d'une action. (Un client ne pourra pas être pris en charge simultanément par plusieurs opérateurs/commerciaux).

Consulter les statistiques

Les opérateurs call-center et commerciaux auront accès à un onglet 'Reporting' leur permettant d'avoir accès aux statistiques concernant les évènements clients, ainsi qu'au différentes actions réalisées, et ceci sous forme de données chiffrées ou de graphiques.

Configurer les actions

La configuration d'une action se fera par un responsable de l'application.

Ce dernier pourra rajouter une action à effectuer en retour à un ou plusieurs évènements client , modifier des actions existantes ou les supprimer. Les actions peuvent être configurées sur des critères numériques (<, <=, >, >=, =, dans l'ensemble {}) ou sur la présence d'une sous-chaîne spécifique dans une chaîne.

La liste des actions à effectuer en retour à une action du client pourront être par exemple un envoi d'email, un appel téléphonique, envoi de prospectus publicitaires, invitation à un rendez-vous.

Périmètre des événements

La difficulté dans la définition du périmètre des événements réside dans le type, la qualité et le nombre d'événements à récupérer. Trop d'événements produiront une application inutilisable et trop peu d'informations limiteraient l'utilisation de l'application.

Il faut garder à l'esprit que les événements sont récupérés à deux fins : statistiques et configuration d'actions. Il faut donc limiter les événements en évaluant leur pertinence face à leur utilisation en future. L'événement doit permettre de répondre à ces questions :

- Est-ce que cette information disponible sous forme de statistiques me permettra de répondre à une question dont je n'ai pas la réponse aujourd'hui ?
- Est-ce que cette information me permettra de mieux cibler un comportement client ?

Notre application est destinée à des PME de n'importe quel secteur. C'est pourquoi nous avons fait le choix de permettre une intégration de données libre suivant des règles d'ontologie à définir par le responsable de l'application identifié dans chaque entreprise. Ce dernier aura la charge de définir quels événements devront être récupérés dans les applications internes à l'entreprise. Il devra également configurer les événements manuels qui pourront être saisis par les équipes commerciales. Il sera aussi responsable du filtrage des informations provenant de réseaux sociaux. Enfin, à sa charge de définir les actions à générer suite aux événements récupérés et à qui les affecter (personnel ou application externe).

Evénements saisis

Les commerciaux et opératrices de call-center saisiront les événements dans l'application. Les événements à récupérer seront donc les actions effectuées par ces derniers : appel effectué ou reçu, prise de rendez-vous, mail envoyé ou reçu.

Comme décrit précédemment, la configuration des descriptions d'événements est réalisée par le responsable d'applications (e.g. action "appel reçu" - description "relance sur état de la commande"). Cette information disponible sous forme de statistiques si présente en grand nombre pourrait faire décider l'entreprise de mettre en place un système d'alerte SMS pour envoyer au client l'état de sa commande pour éviter les appels directs aux équipes de vente. Le responsable d'application pourrait configurer une action "envoi SMS commande facturé" (respectivement "envoi SMS départ colis entrepôt) quand l'événement "commande facturé" (respectivement "colis expédié") serait reçu pour un client.

Événements provenant de SI internes

Un flux nécessaire à l'utilisation de CRM 365 est de récupérer les informations clients classiques qui permettront d'identifier et de contacter un client (i.e. numéro de client, nom, prénom, adresse, mail, numéro de téléphone).

L'intérêt pour les événements provenant d'applications internes est de récupérer des événements utiles en terme de reporting et/ou améliorant le ciblage client.

Le périmètre est différent selon les entreprises : si l'entreprise a déjà un reporting sur les commandes, retours et qu'elle ne désire pas configurer d'action sur ces informations, il n'y a pas de nécessité d'intégrer l'information, elle serait dupliquée. Les informations classiques sont les visites sur le site web (avec comportement), les commandes (avec moyen de paiement par exemples), facturations, expéditions.

Événements provenant de réseaux sociaux

Des informations provenant des deux réseaux sociaux les plus populaires du moment (Facebook et Tweeter) peuvent permettre de mieux cibler le comportement des clients et prospects et ainsi en découvrir un peu plus sur leurs centres d'intérêts et leurs actions en dehors du périmètre de l'entreprise.

Facebook et Tweeter oblige l'utilisateur à accepter que notre application accède à ses données sur ces réseaux sociaux. La partie marketing consistant à augmenter le nombre de clients autorisant notre application à récupérer des informations est considérée gérée par l'entreprise.

Ces services d'accès aux données étant récents et encore peu mature, la qualité des outils (i.e. fonctionnement API) n'est pas avérée. La partie alimentation de données de réseaux sociaux a d'ailleurs été identifiée comme risque majeur et sera traitée dans un sprint dédié pour valider la faisabilité de la récupération. Un prototype sera réalisé pour étudier la faisabilité et le périmètre des informations récupérables sur Facebook et Twitter. Nous sommes conscients de l'apport de ces informations mais aussi du risque encouru en termes de planning à trop s'y focaliser.

Le filtrage des données sera entièrement paramétrable et donc du ressort de l'administrateur de l'application.

Facebook

Le périmètre des données Facebook est très fortement lié aux mécanismes pour y accéder. En effet, l'utilisateur peut très finement configurer les informations auxquelles une application tierce peut accéder. De ce fait, nous avons choisi de nous focaliser sur des informations utiles à la configuration d'actions et au reporting :

- "About me" : récupérer les goûts et profil du client ou celui qu'il affiche sur le réseau social.
- Centres d'intérêts.
- Likes.

Un filtrage pourra être effectué sur une chaîne de caractères afin d'éviter de récupérer des événements sans intérêts de reporting ou d'actions.

Tweeter

Concernant Tweeter, la contrainte est de récupérer l'identifiant tweeter du client. Cela est considéré géré par le backoffice de l'entreprise étant donné que notre application centralise les informations client.

Les tweets des clients seront récupérés sur un périmètre à définir par le responsable de l'application. Les critères de sélections des tweets sont liés aux possibilités de l'API. Nous nous concentrons sur la récupération d'un tweet s'il contient des mots (ou patterns) définis.

Planning

Le projet sera géré en gestion de projet agile orienté Scrum. Le Test Driven Development (TDD) sera utilisé afin de garantir la non-régression et la confiance dans le code durant le développement de l'application.

Chaque sprint sera composé des éléments suivants (certains seront supprimés si inutile en fonction objectifs du sprint) :

- Conception
 - Analyse UML
 - Analyse technique
- Tests unitaires / Développement (TDD)
 - Modèle, service, vue, ergonomie web
- Refactoring

Livrables projet

Afin d'avoir un objectif clair sur nos deux livrables, nous devons prioriser le contenu des sprint en fonction des livrable de chaque lot. Les fonctionnalités les plus risquées seront traitées en priorité.

Version	Livrable	Deadline
PROTO	Prototype de l'application avec accès web à 2 pages : <ul style="list-style-type: none">- page d'authentification- page accueil Composants et framework de base intégrés pour valider leur intégration	17/02
LOT1	Intégration événements de source(s) : <ul style="list-style-type: none">- <u>internes à l'entreprise</u> :- S.I (XML et/ou CSV)- Formulaire saisie Service : <ul style="list-style-type: none">- Service d'authentification sécurisé à l'application (Gestion des rôles : administrateur et user)- Couche d'accès aux données (DAOs) implémentée (essentiellement les opérations CRUD)- Fonctionnalités attendues :<ul style="list-style-type: none">- Alimentation d'événements- présentation des données intégrées sur l'IHM Présentation : <ul style="list-style-type: none">- menu sur la page accueil- ergonomie simple- aide utilisateur absente	20/04
LOT2	Intégration événements de source(s) : <ul style="list-style-type: none">- <u>externes issues des réseaux sociaux : à valider sur prototype</u>- Facebook- Twitter Service : <ul style="list-style-type: none">- Fonctionnalités attendues :<ul style="list-style-type: none">- Configuration actions- Consultation statistiques- Todo List (action à effectuer : mail, call, etc ...) Présentation : <ul style="list-style-type: none">- menu et sous menu- ergonomie évoluée (graphique si possible ?)- aide utilisateur présente (je parle ici d'autocomplétion et d'autre effet user friendly issue de Javascript)	22/06

Sprint 1

Le mode de développement agile nous permettra de rapidement valider notre modèle et de mieux nous rendre compte des difficultés et des délais nécessaires pour l'implémentation des livrables. Le développement sera réalisé sur un exemple d'entreprise bien précis pour que les développements soient concrets en gardant à l'esprit qu'ils seront effectués de manière générique afin d'assurer l'adaptation du système aux PME de secteurs différents.

L'entreprise ciblée pour le développement est une agence de vente de téléphone mobile. Le sprint 1 sera réalisé suite à la livraison du prototype.

Les événements intégrés automatiquement via des fichiers CSV seront :

- Inscription d'un client : date, numéro client, nom, prénom, adresse, téléphone fixe, téléphone mobile, email et informations complémentaires à définir.
- Achat d'un mobile : client, date, modèle, prix

Les actions générées seront les suivantes :

- Prix mobile > 100€ : Appeler le client pour lui offrir une housse de portable

Cela nous permettra d'avancer sur ce périmètre défini. Cela nous permet également de nous demander si certaines fonctionnalités seront à inclure pour les prochains sprints :

- Gestion multi-pays.
- Gestion multi-agence/points de vente.
- Gestion de multiples devises.

Risques identifiés

Périmètre et qualité des données

Deux types de données seront intégrés : internes (provenant de saisies suite à différents événements) et externes (provenant de réseaux sociaux tels que Facebook et Tweeter) à l'entreprise.

Un premier risque indépendamment de la récupération des informations sera de procéder au stockage et organisation des données de la manière la plus adéquate afin de nous permettre de réaliser le traitement le plus fin pour générer des actions. Autrement des données mal organisées pourraient impacter fortement sur l'implémentation des traitements et donc retourner des résultats insatisfaisants.

L'autre risque porte justement sur la récupération des données et notamment par le biais des réseaux sociaux. Le défi technologique est assez important étant donné qu'il faut appréhender une technologie d'accès à ces données et de nous l'approprier. La technologie java permet par le biais d'une API Facebook de pouvoir récupérer des données d'un utilisateur présent sur ce réseau social notamment par des requêtes FQL (Facebook Query Language). Mais différentes contraintes existent autour de l'utilisation de cette API notamment disposer d'une clé d'utilisation fournie après inscription au service et de disposer d'un serveur web java connecté au web car l'API n'est pas utilisable sur un serveur local. Pour tweeter il existe aussi différentes API Java permettant de récupérer les tweets d'un utilisateur.

Aussi certaines données provenant de réseaux sociaux sont considérées comme sensibles, le risque est de vouloir récupérer et d'utiliser des données pour lesquels nous n'avons pas de droit d'accès. De plus si ces données sont utilisées dans un objectif de marketing direct, les utilisateurs des réseaux sociaux doivent en être avertis. (consulter l'article 8 de la Loi du 6 janvier 1978 relative à l'informatique, aux fichiers et aux libertés modifiées).

Mais dans le cadre de l'application on ne pourra accéder qu'aux données dont on a demandé explicitement l'accès à l'utilisateur grâce à différents scopes facebook. On peut donc récupérer des informations du profil, la liste des activités, la liste des amis mais aussi les "likes" et bien d'autres informations encore.

Pour finir un choix judicieux devra être fait dans les données les plus intéressantes à récupérer que ce soit au niveau des réseaux sociaux (récupération des « Like », messages sur topic, ...) mais aussi sur les données internes. Au risque d'avoir beaucoup d'informations inexploitable dans le cadre de nos besoins.

Organisation du projet

Le projet de part la multitude de données à traiter, mais aussi le développement de l'application devra se faire avec une rigueur importante au risque de ne pas fournir un logiciel de qualité. C'est pour cette raison que chaque membre de l'équipe aura une responsabilité bien définie autour du projet et devra communiquer le plus possible avec chacun des membres pour que le suivi du projet se fasse dans les meilleures conditions.

Le cahier des charges fonctionnelles devra être le plus clair possible et le plus précis afin que dans la conception puis le développement soit respecté les différents éléments de ce document.

Chaque fonctionnalité développée fera l'objet de tests pour ainsi garantir une qualité optimale de logiciel et donc éviter le risque d'avoir des imperfections et des fonctionnalités ne répondant pas parfaitement.

Responsabilités

Les périmètres de responsabilités suivants ont été identifiés. Chacune sera sous la responsabilité d'un membre de l'équipe projet.

Responsabilité	Description
Architecture logicielle	Identification des composants logiciels Identification des frameworks Découpage du logiciel en couche logique Standards de codage et de libellé commit Garant architecture logicielle (choix de conception, complexité, taux couverture code par les tests)
Intégration	Gestion de la configuration des environnements (test, prod) Intégration des composants Intégration continue (outils, méthodes) Build de l'application (compile, test, package, deploy) Installation et configuration des softwares
Gestion de projet	Cadrage du projet Organisation du projet : tâches, planning, suivi réalisation Organisation et compte-rendu réunion Garant Délai Garant Qualité Gestion des risques (identification, suivi, alertes) Communication client (Marius)
Documentaion	Standard de documentation (changelog, forme, format) Identification des documents nécessaires Documentation à jour sur Trac Tickets à jour sur Trac
Base de données	Choix technologie base de données adaptés aux besoins Garant intégrité et qualité du modèle de données Garant performances

