

## **CHAPITRE 2 : Odoo: gestion des ventes et CRM**

### **Gestion des ventes: fonctionnalités exigées**

- 1. Prospection et suivi des prospects :**
  - Identifier et suivre les prospects potentiels pour les convertir en clients.
- 2. Gestion des contrats, marchés et commandes en cours :**
  - Suivre les contrats en cours, les commandes passées et les marchés conclus.
- 3. Administration et suivi des contrats clients :**
  - Gérer les contrats avec les clients, y compris les renouvellements et les modifications.
- 4. Suivi de la facturation périodique et des options supplémentaires :**
  - Gérer les factures récurrentes et les options personnalisées pour les clients.
- 5. Analyse de la conformité aux règles contractuelles :**
  - Vérifier que les transactions respectent les termes des contrats.
- 6. Administration des ventes et exportation de données :**
  - Gérer les processus de vente et exporter les données pertinentes.
- 7. Gestion du cycle de vie des documents commerciaux :**
  - Suivre les devis, les bons de commande, les factures, etc.
- 8. Catégorisation et gestion des niveaux de clients :**
  - Classer les clients en fonction de leur importance et de leurs besoins.
- 9. Identification des différents rôles des clients :**
  - Distinguer les émetteurs d'ordre, les destinataires de livraison, les destinataires de facturation et les payeurs.
- 10. Gestion des livraisons partielles :**
  - Suivre les livraisons fractionnées pour les commandes en cours.
- 11. Informations spécifiques sur les clients :**
  - Langue par défaut pour la communication.
  - Chiffre d'affaires engagé et chiffre d'affaires de l'année précédente (N-1).
  - Contrôle du crédit client.
  - Tarification personnalisée en fonction des articles et des familles de clients.
- 12. Gestion du réseau commercial :**
  - Suivi des représentants et des revendeurs.
- 13. Analyse du niveau de service pour les clients :**
  - Support client et après-vente.
  - Help-Desk interne.
  - Suivi des défauts (Qualité).

- Suivi des réclamations.

## **La gestion des relations clients**

### **1. Rôle des ventes dans l'entreprise :**

- Les activités de vente sont essentielles pour la motivation du personnel et la dynamique générale de l'organisation.
- Créer un environnement favorable à l'innovation est crucial pour établir les bases d'une réussite continue.

### **2. Gestion de la relation client (CRM) :**

- Le succès des ventes dépend souvent de l'efficacité de la gestion de la relation client.
- Le CRM (Customer Relationship Management) est un ensemble de pratiques et d'outils visant à optimiser les interactions avec les clients et les fournisseurs.

### **3. Fonctionnalités du CRM dans Odoo :**

- Odoo propose des fonctionnalités pour gérer tous les aspects des relations avec les clients et les fournisseurs.
- Les outils d'analyse aident à comprendre les performances, tandis que l'automatisation des processus améliore l'efficacité opérationnelle.

## **Fonctions de CRM**

1. Gestion des prospects et des partenaires.
2. Suivi et gestion des opportunités de vente.
3. Organisation des réunions et du calendrier d'entreprise.
4. Gestion des préventes (pistes et opportunités).
5. Gestion des appels téléphoniques et/ou des centres d'appel.
6. Gestion du service après-vente.
7. Suivi et gestion des recouvrements.

### **Partenaires :**

- Les partenaires sont des entités avec lesquelles des transactions commerciales peuvent être effectuées.
- Ils peuvent être des fournisseurs, des fabricants, des clients, des employés ou des prospects.
- Odoo utilise des catégories hiérarchisées pour segmenter les partenaires et appliquer des règles spécifiques à chaque niveau.

### **Contacts :**

- Les contacts sont les employés d'une entreprise avec lesquels on est en relation.
- Chaque adresse peut avoir un type spécifique (par défaut, livraison, facturation, contact ou autre).
- Lors de l'encodage d'une commande, Odoo propose automatiquement les différentes adresses en fonction du partenaire sélectionné.

## **Pistes (ou pipelines) :**

- Une piste représente un client potentiel ou une opportunité de vente.
- Les prospects ne sont pas encore qualifiés et ne sont pas attribués à une personne spécifique pour le suivi.
- Une piste peut être convertie en un partenaire et/ou une opportunité de vente.
- Exemples de pistes : carte de visite d'un client potentiel, base de données de clients potentiels, appel d'offres repéré dans un journal.

## **Service avant-vente et opportunités :**

- Les utilisateurs du service avant-vente travaillent généralement sur les pistes.
- Les nouvelles pistes sont souvent saisies pour éviter de saturer la base de données avec des partenaires non pertinents.
- Lorsque les pistes sont converties en opportunités de vente, le service des ventes leur accorde une attention particulière.
- La transition des pistes vers les opportunités doit être justifiée par l'intérêt de la piste, souvent analysé à l'aide d'une étude SWOT (Forces, Faiblesses, Opportunités, Menaces).

## **Opportunités :**

- Une opportunité représente une possibilité de conclure un contrat potentiel entre l'entreprise et le prospect.
- Lors de la conversion d'une piste en opportunité, il est essentiel de convertir le prospect en partenaire (client).
- Odoo facilite la transition d'une piste vers une opportunité.
- Les opportunités peuvent être gérées en planifiant des rendez-vous, en suivant des actions séquentielles et en mettant à jour la probabilité de réussite.
- La visualisation par étape et les statistiques sur les opportunités gagnées et perdues aident à prendre des décisions éclairées.

## **Service après-vente :**

- Le service après-vente est crucial pour la réputation de l'entreprise et la fidélisation des clients.
- Les tickets gérés par le centre de services peuvent porter sur des demandes de service ou des réclamations.
- L'analyse approfondie des réclamations permet de prévenir les problèmes récurrents.

## **Calendrier des rendez-vous :**

- Odoo propose un calendrier partagé pour planifier et documenter les interactions avec les clients et les prospects.
- Les tâches peuvent être utilisées pour planifier des rendez-vous plus détaillés.

## **La tarification spéciale**

**1. Types de tarification spéciale :**

- La tarification spéciale permet d'appliquer des prix exceptionnels dans différentes situations, telles que les promotions, les prix spéciaux pour des clients ou des familles de clients, et les tarifs spéciaux suite à un accord ou un contrat.

**2. Règles de calcul des prix :**

- La tarification spéciale repose sur l'établissement de règles de calcul des prix en fonction de conditions préalablement définies.
- Ces règles peuvent s'appliquer aux ventes (liste des prix attribuées aux clients) ainsi qu'aux achats (liste des prix attribuées par les fournisseurs à l'entreprise).

**3. Différence entre prix de vente et prix de base :**

- Le prix de vente correspond au prix de base indiqué sur la fiche produit.
- Cependant, ce prix peut varier pour chaque client en fonction de ses conditions spécifiques.