

SYSTEME D'INFORMATION COMMERCIALE

1. Analyse des flux d'informations.

L'information entrante		
Les sources d'information	La nature des informations	Le traitement des informations
<u>Clientèle</u> - Appels par téléphone - Visite de magasin	Demande d'information sur les produits. Suivi des commandes.	Réception de l'appel par un standard téléphonique puis orientation. En magasin, accueil et orientation vers un service.
<u>Force de vente</u> - Elaboration des fiches clients - Reporting	Identifiants clients, historique des ventes et des contacts. Toutes les informations sur la clientèle, les concurrents, et les produits.	Les informations sont stockées sur fichier informatique (logiciel winseller). Partage d'information en réunion.
<u>Marché et environnement</u> - Presse spécialisée - Visite de salon - Constructeurs	Information sur les nouveaux produits et sur les tendances du marché. Visite du salon du deux roues chaque année à Paris. Information technique et commerciale sur les nouveaux produits.	Lecture par le directeur et l'ensemble de l'équipe du magasin. Visite du gérant et compte-rendu à l'équipe. Catalogue archivé et transmis à l'univers compétent.
Le principal mode de contact entre l'entreprise et ses clients est la force de vente. Le directeur connaît bien son marché et ses produits. A l'exception de la presse spécialisée, il n'éprouve pas le besoin de réaliser des études de marché et de clientèle.		

2. Le traitement de l'information.

Système informatique et techniques utilisées.		
Service	Matériel	Logiciels
Le secrétariat commercial	1 PC récent connecté à Internet et au réseau interne + 1 imprimante laser photocopieur.	Traitement de texte, tableur, winbike, winseller.
Le directeur	1 PC récent connecté à Internet et au réseau interne + 1 imprimante laser photocopieur.	Traitement de texte, tableur, winbike, winseller.
Le directeur adjoint	1 PC récent connecté à Internet et au réseau interne	Traitement de texte, tableur, winbike, winseller.
Commerciaux	1 PC récent connecté à Internet et au réseau interne	Traitement de texte, tableur, winbike, winseller.
Tous les postes sont reliés en réseau entre eux via un serveur. L'imprimante laser est partagée ainsi que la connexion à Internet à l'ADSL. Problème de mise à jour par les logiciels winbike et winseller sur la gestion des stocks, d'où la création sur tableur de tableau de gestion de stocks.		

Formation et compétence du personnel.

La secrétaire commerciale est bien formée à l'utilisation des outils bureautiques ainsi qu'aux logiciels Winbike et Winseller. De plus, elle utilise les logiciels courants tels que Excel et Word. Commerciaux utilisent aussi les logiciels Winbike et Winseller pour la gestion commerciale ainsi que Excel et Word. De plus, ils possèdent un portable pour favoriser la communication interentreprises et ils ont accès au fax pour faciliter les prises de commande.

L'analyse organisationnelle		
Les acteurs	Rôle au sein du SIC	Accès aux informations
Le directeur général	Il est responsable des orientations stratégiques de l'entreprise.	Il a accès à toutes les informations.
Le directeur adjoint	Il est chargé de la coordination du groupe. Participe à l'échange d'informations.	Il a accès à toutes les informations.
Secrétaire commerciale	Tâches de contact avec la clientèle (face à face, appels téléphoniques, fax, mail, courrier). Diffuse les informations.	Elle a accès à toutes les informations.
Commerciaux	Tâches de contact avec la clientèle (face à face, appels téléphoniques, fax). Participe à la diffusion d'informations internes.	Accès aux informations administratives.

La diffusion de l'information dans l'entreprise		
Support	Cible et Objet	Modalités
Reporting	Force de vente: organiser le travail des vendeurs, présentation tarifs constructeurs.	Réunion trimestrielle.
Séminaire de formation	Directeur et commerciaux : présentation de nouveaux produits par les constructeurs + essai.	1 à 2 fois par an (selon nouveauté), sur circuit, pour le directeur. Sur le point de vente pour les commerciaux.
Réunion	Commerciaux présentation des nouveaux tarifs constructeurs	1 fois par trimestre pour l'équipe. 1 fois par mois de manière individuelle.
Malgré une petite structure on observe des difficultés de diffusion de l'information.		

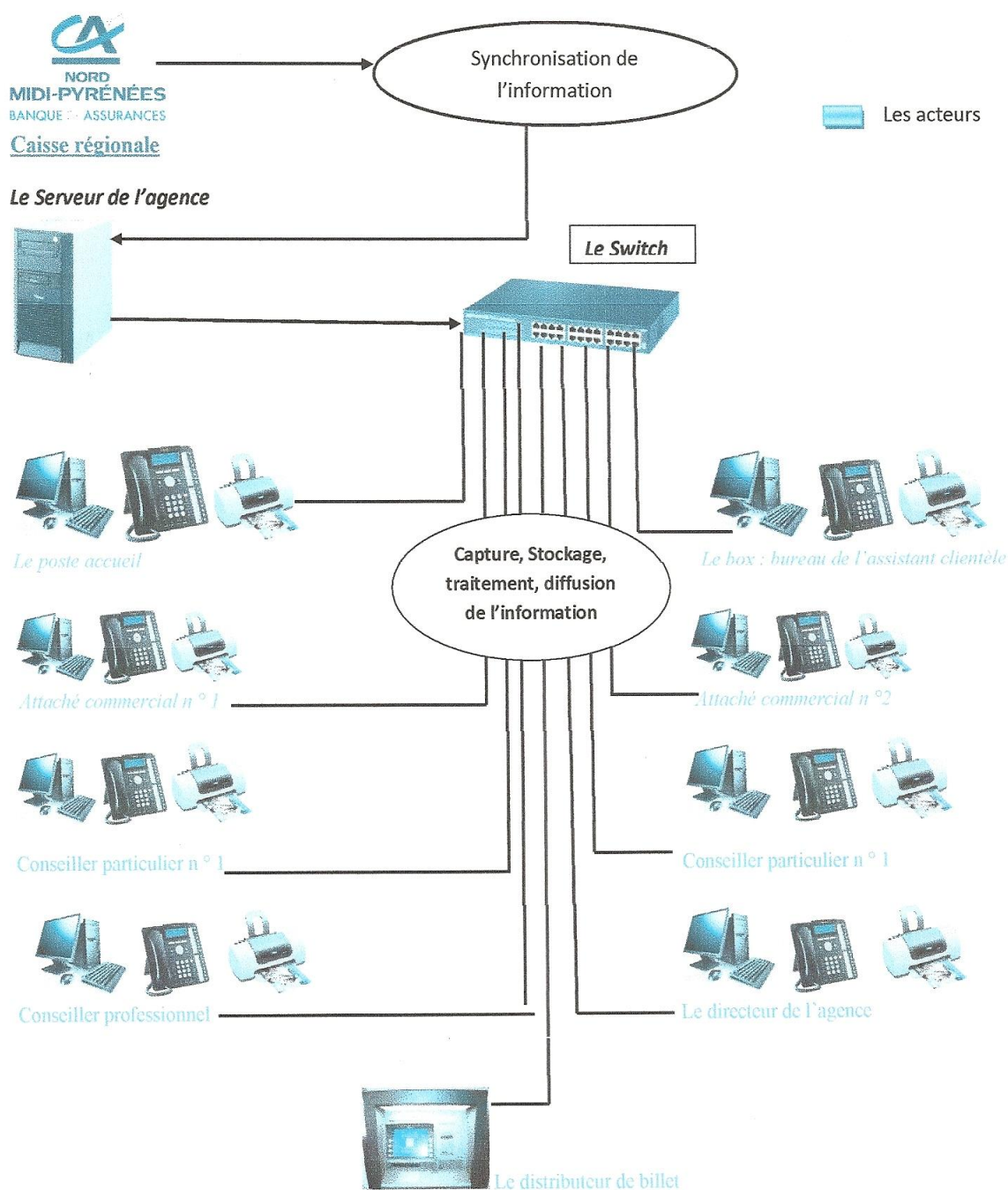
Bilan	
Atouts	Axes d'amélioration
<ul style="list-style-type: none"> - L'utilisation de logiciels spécialisés favorise la collecte et la sauvegarde de l'information. - La forme de l'entreprise favorise la transmission d'informations. 	<ul style="list-style-type: none"> - Création d'un outil de travail collaboratif pour le partage de l'information. - Créer un système de sécurité (disque dur externe, nouvel antivirus).

Conclusion :



En conclusion, si la forme de commercialisation favorise la collecte d'informations sur les produits et le marché, de nombreuses données sur la clientèle sont perdues de par la parcellisation de l'information ce qui crée des insatisfactions et des pertes de la clientèle.

Il est nécessaire de doter l'équipe d'outils de partage de l'information et d'outils pour mieux connaître et suivre la clientèle.

Le système d'information matérielle du Crédit agricole



Le Système d'information immatérielle, (Software) du Crédit Agricole

Logiciels	L'utilisation des logiciels du système d'information
Apis	Logiciel de gestion de la relation client (capture, stockage, traitement et diffusion de l'information commerciale comme les coordonnées clients, comptes bancaires, différents contrats des clients)
	Traitement de texte, rédaction de lettre d'information envoyée au client etc. ...
	Calcul, ratio commerciaux, tableau des performances envoyées du réseau
Intranet	Source d'information sur les taux, produits, services bancaires, procédures pour les prêts.
Lotus.	L'agenda de l'agence avec les rdv des conseillers
Messagerie	Messagerie interne au réseau, courriel en provenance du réseau, courriel inter-agence.
Redoc	Logiciel qui comptabilise les performances des conseillers