

Faber-Castell trace ses produits et améliore sa connaissance clients avec EBP.

Pour Faber-Castell, faire le choix d'EBP, c'est s'appuyer sur un éditeur solide et pérenne ainsi que sur une solution qui a fait ses preuves !

Faber-Castell fait le choix d'EBP, acteur historique sur le marché français des logiciels de gestion, pour optimiser la gestion de ses concessions situées dans les grands magasins, améliorer sa gestion des stocks, faciliter le contrôle de gestion de la maison mère et créer en parallèle une base client précise et exploitable.

Société patrimoniale allemande créée en 1761, Faber-Castell fabrique et commercialise des produits haut de gamme d'écriture et de dessin depuis sa création. Le savoir-faire de Faber-Castell est ancré dans ses racines, son histoire et son expérience et l'entreprise les utilisent pour construire son avenir. Ses solides compétences lui permettent d'être leader sur le marché et de bénéficier d'une large crédibilité. Au XIXe siècle déjà, A.W. Faber fondait des succursales dans les grandes métropoles commerciales. Ainsi, la société développe constamment la proximité avec ses clients et peut développer ses produits en fonction des besoins de sa clientèle. La société est présente en France depuis 1849 via une succursale et le marché français est devenu un marché réellement porteur dans les années 1990 avec des produits vendus d'une part via un réseau de distributeurs spécialisés, d'autre part par des concessions dans les grands magasins, vitrines de la marque et d'un savoir-faire ancestral.

La solution de Gestion Commerciale d'EBP, choisie au printemps 2015, pour équiper les 4 concessions situées au BHV, Printemps et Galeries Lafayette de la région parisienne est au cœur de la stratégie de fidélisation des clients de la marque en France. Outre une meilleure traçabilité des produits, une gestion optimisée des stocks et une réduction des erreurs de caisse, la solution, déployée pendant l'été 2015 et opérationnelle à l'automne de la même année, va permettre également à moyen terme de dynamiser les ventes en fidélisant les clients qui pourront être enregistrés dans la base client. « *Nos concessions dans ces grandes enseignes sont nos vitrines mais nous ne disposons pas de point d'encaissement sur celles-ci. Nos vendeurs éditaient des bons de caisse manuels qui étaient souvent sources d'erreurs de stock et d'écritures comptables. Nous devons donc améliorer ces process pour avoir une meilleure visibilité sur nos ventes et améliorer notre connaissance clients, une réelle valeur ajoutée du produit que nous avons pu apprécier à posteriori,* » commente Philippe Dayron, directeur général France.

Grâce à ce projet, l'entreprise souhaitait réduire les erreurs de stocks et développer ses ventes tout en responsabilisant les personnes en charge des îlots de vente. La filiale française de Faber-Castell a toujours eu à cœur de fidéliser ses clients et d'améliorer sa rentabilité. C'est la raison pour laquelle l'entreprise avait besoin, pour appuyer cette stratégie, d'une solution de gestion commerciale qui permette de bénéficier d'un outil de pilotage très efficace, avec une vue fine sur les ventes et les stocks. Si l'on prend en considération le volume important d'erreurs de stock liées à la lisibilité des bons de caisse rédigés manuellement et au prix des pièces à l'unité, la conduite du projet mis en place par la direction France de Faber-Castell prend tout son sens.

Lors de la sélection de la solution, l'équipe Grands Comptes d'EBP a su rassurer la direction générale et la direction informatique, qui ont été conquises par la simplicité des interfaces, point essentiel pour que les collaborateurs concernés puissent utiliser l'outil. Pour la sélection de la solution, différents critères tels que

ergonomie, compatibilité, accompagnement ont été évalués et EBP s'est montrée de très loin la solution répondant le mieux à la problématique posée. « *Nous recherchions une solution de gestion française qui puisse à la fois s'interfacer avec le système d'encaissement des grands magasins, une contrainte particulièrement forte dans le projet. Il fallait également permettre l'export et la réconciliation des données dans le système SAP installé en Allemagne. Face à toutes nos interrogations, une solution a été mise en avant par EBP,* » explique Philippe Dayron.

Tout au long du projet, les équipes d'EBP ont eu à cœur d'accompagner, d'un point de vue technique mais aussi pratique, les équipes de Faber-Castell. « *Dès le début nous avons été rassurés par la capacité d'écoute d'EBP et leur très bonne compréhension de nos contraintes. En s'appuyant sur un socle standard, les équipes techniques d'EBP ont su développer et déployer une solution qui répondait parfaitement à nos attentes. Elles ont fait le lien avec notre service informatique en Allemagne pour permettre l'interopérabilité et garantir la réussite du projet* », ajoute Philippe Dayron.

A.W. Faber-Castell France

Bon à encaisser

Clients divers

Numéro	Date	Code client	
GH00000004	26.06/2015	CL00001	
Article	Qté	Prix	Montant
SET E MOTION CROCO NOIR SB FM	15	80,00	1 200,00
Plumer n° 1 avec crayon Excellence plaqué platine aune naturel	10	400,00	4 000,00
Ensemble protégé-gomme plaqué argent pour Crayon Excellence (ancien modèle)	20	22,00	440,00
Total TTC			5 640,00

Avec la mise en place de la solution conçue par EBP, les forces de ventes peuvent non seulement éditer des bons de caisses informatisés qui réduisent considérablement les erreurs de code lettre mais également enregistrer les données clients pour créer une base de données fiable. Avec, comme objectif à moyen terme, de mettre en place une politique de fidélisation à la marque. Au delà de la richesse fonctionnelle, c'est aussi la possibilité de consolider des données provenant d'outils différents qui a fait la différence.

Les bénéfices sont nombreux pour la direction commerciale de Faber-Castell. Outre le gain de temps, les chiffres d'affaires et les stocks sont à présent plus proches de la réalité. Les inventaires peuvent être faits tous les trimestres - contre

une fois par an auparavant - et les ventes sont synchronisées avec le SI groupe tous les soirs. « *Nous avons une meilleure visibilité sur les produits qui plaisent et nous pouvons adapter notre offre aux attentes de nos clients grâce à une gestion plus fine. La mise en place du CRM nous a permis de nous rapprocher de nos vendeurs en les impliquant dès le début du projet et en les formant à son utilisation. Quelques mois à peine après la mise en service de notre nouvel outil, nous en mesurons les effets positifs marqués par une plus grande rigueur de nos forces de ventes,*» commente Sylvain de Bonnay, responsable commercial Premium.

Pour les équipes EBP, la solution à mettre en place s'est avérée complexe en raison de nombreuses problématiques : la répartition géographique des points de vente, le nombre d'articles (supérieur à 2000), la disparition d'articles d'exposition, la facturation à posteriori avec des erreurs de code article mais aussi des contraintes logicielles et matérielles. Le cahier des charges a ainsi été affiné au fil des semaines. « *La solution dans sa version finale a fait l'objet de plusieurs phases bêta et, en moins de 2 mois, nous avons pu proposer une version ad'hoc à Faber-Castell. Quatre mois au total ont été nécessaires à la conduite du projet qui a été un réel challenge pour nos équipes qui ont du également faire le lien avec le siège et respecter les contraintes sécuritaires du groupe. Cela démontre la capacité de nos solutions à répondre aux besoins d'entreprises de taille plus importante,*» précise Eric Navarre, chef de projet chez EBP.

« *Nous avons trouvé chez EBP une équipe à forte qualité d'écoute. Notre logiciel a été mis en place très rapidement et nous avons eu très peu de correctifs après le déploiement. Nous avons fait le choix de travailler en direct pour une meilleure réactivité et pour bénéficier de conseils avertis. C'est un atout indéniable au quotidien qui, nous en sommes convaincus, a permis de mener à bien ce projet dans des délais rapides. Autre avantage, EBP propose de nombreux services à valeur ajoutée tels que la formation et sur lesquels nous avons pu nous appuyer pour nos équipes. C'est un point fort qui a été pris en compte dans notre choix initial.*» conclut Philippe Dayron.

A PROPOS D'EBP

Depuis sa création, en 1984, EBP s'est imposée sur le marché des logiciels de gestion et accompagne les TPE et les PME tout au long de leur croissance. Elle développe et édite un large catalogue de solutions de gestion informatique destinées aux PME, aux artisans, aux commerçants et aux professions libérales. Le groupe a enregistré un chiffre d'affaires de 38 millions d'euros en 2015.

L'entreprise compte 400 collaborateurs en Europe dont plus de 150 développeurs et techniciens. Elle distribue des logiciels de Comptabilité, Gestion Commerciale, Paye et CRM en France, en Espagne, en Belgique, en Suisse. 560 000 clients font confiance à EBP au quotidien ! <http://www.ebp.com>

Contact presse :

Véronique PIGOT - Agence Kani RP pour EBP - Tél. : 33 (1) 49 52 60 64 – Email : ebp@kanirp.com

Retrouvez toutes les actus d'EBP sur www.ebp.com et sur <http://www.kanirp.com/3082/ebp-informatique/>