



R-Book  
Parts

**RENAULT**

# RBook-Parts VPR

Xavier TUDELA  
Chef de Projet CRM

# Qui sommes-nous ?



- **Sodicam<sup>2</sup>** (Société de Distribution pour la Chimie, l'Automobile et la Mécanique) a été créée en 1975. **Société commerciale détenue à 100% par le groupe Renault**, elle est chargée de la commercialisation et de l'animation des produits après-vente pièces et accessoires de Renault et des marques du groupe.
- *CA : 49 M €*
- *Plus de 36 000 Clients BtoB*
- *Collaborateurs : 480*

# Problématique & objectifs

## ***Problématique initiale :***

Managers Terrain : Programmer une tournée optimisée pour les forces de ventes du réseau de distribution en 3 clics. Puis la partager aux équipes commerciales, de l'environnement Salesforce vers l'interface tactile (tablette Offline) des commerciaux, de façon transparente.

## ***Objectifs :***

Gain en proactivité et Augmentation de CA via la création d'un planning de tournée optimal, diffusé à l'ensemble des équipes terrain et personnalisable à sa guise sur différents critères Clients CA/Agréments/Equipements/Productifs.



# Déploiement du projet

## ***Opti-Time for Salesforce :***

Projet démarré fin 2016 et mis en œuvre début 2018 sur le Groupe Schumacher PARIS

## ***Etapes Clés :***

- 1- Modélisation du format d'optimisation pour différentes équipes de comptes Salesforce
- 2- DEV Interne/Ajustement avec création d'un champ du compte nommé « Propriétaire du compte »
- 3- Gestion et administration Salesforce pour création des Profils « Manager Commercial »

*Nombre de personnes impliquées : 3*



# Gains & impacts



| Digitalisation              | CA Additionnel                               | Réduction des couts   | Satisfaction Client                  |
|-----------------------------|--|---|--------------------------------------|
| Modernisation de nos outils | Augmentation du nombre de visites            | Temps de planification réduit                               | Fidélisation                         |
| Aspect plus Professionnel   | Meilleur Couverture du territoire            | Limitation des temps improductifs                           | Personnalisation                     |
| Communication simplifiée    | Répartition optimisée du portefeuille client | Moins de kilomètres parcourus                               | Capitalisation connaissances         |
| Retour Client               | Mutualisation des MCX                        | Moins de dépenses en carburant                              | Transmission connaissances           |
| <b>Exemple pour 10 VPR</b>  | <b>300 000€ CA Additionnel/An</b>            | <b>5 000€ d'économies/an<br/>Empreinte Carbonne Réduite</b> | <b>Ciblage client plus pertinent</b> |



# Perspectives



## ***Evolutions du projet:***

*Accompagnement et formation à l'intégration des plannings de tournées et des temps de trajets live via **Waze/Maps** sur les smartphones des commerciaux (équipés) avec Opti-Time Mobile.*

A vibrant tropical-themed illustration featuring a toucan on the left, a pink peony at the bottom, and various green leaves and flowers (purple, yellow, red) scattered throughout. The text 'GEOWORLD' is prominently displayed in the center.

**GEOWORLD**

PARIS  
12.06.18

**FESTIVAL**

**MERCI**  
de votre attention

