

ÉTUDE DE CAS CLIENT

Le groupe HAcare assure son développement depuis 17 ans avec SugarCRM et Synolia

Concepteur, fabricant et distributeur français de dispositifs médicaux innovants, le Groupe HAcare est aujourd'hui composé de trois marques, Corona Médical, Allibert Médical et Sotec Médical. C'est à travers ces marques que le groupe HAcare adresse le marché médico-social, avec ses 50 commerciaux et son réseau de distributeurs.

Un groupe construit progressivement

La genèse du groupe HAcare vient de la volonté d'associer à sa démarche des PME françaises qui peinent à poursuivre leur développement, tant au niveau de leur chiffre d'affaires que de leur expansion à l'international. C'est ainsi que les différentes marques qui composent le groupe ont été progressivement intégrées et spécialisées dans leur métier. Ce sont ensuite les synergies inhérentes au groupe HAcare qui ont permis leur développement. Le groupe HAcare réalise aujourd'hui près de 40 millions d'euros de chiffre d'affaires en France et à l'international, grâce à sa croissance organique et à l'intégration progressive des marques dans son portfolio.



Industrie ///
Pharmaceutique

Localisation ///
Lyon, France

Site Web ///
www.hacare.com

...sur un marché complexe

Pour commercialiser ses produits, le groupe HAcare s'appuie à la fois sur le réseau direct, par sa plateforme e-commerce, la réponse à des appels d'offres ou encore grâce à son référencement, et le réseau indirect, en passant par des répartiteurs et distributeurs médicaux. Ainsi, la force de vente du groupe, composée de 50 commerciaux, adresse le réseau hospitalier avec Allibert Médical et le réseau des EHPAD avec Corona Médical. Pour le développement de Sotec Médical, c'est le réseau de distributeurs qui intervient. Enfin, une équipe grands comptes active des réseaux différents spécifiques à ces derniers.

« De nombreux produits, de nombreux réseaux de vente, et des méthodes d'achat complètement différentes, c'est ce qui fait du marché médico-social un marché si complexe » - Jean-Michel Le Bolloch, président du groupe HAcare.

Cette structure commerciale, bien que complexe, est essentielle pour adresser un marché mondialisé, qui compte de plus en plus d'acteurs à la politique de prix particulièrement agressive. Le groupe HAcare se doit donc de répondre aux demandes de ce marché par des innovations continues et des produits de haute qualité, tout en maintenant une tarification compétitive. Par ailleurs, pour faire face à l'exigence accrue du marché, le groupe HAcare propose, sur les trois segments de marché qu'il adresse, une offre de services pour l'utilisation et la maintenance de ses produits.

Sugar et Synolia, une association évidente

En 2004, Jean-Michel Le Bolloch, président du groupe, prend la décision de mettre en place un outil CRM, avec une idée en tête : il doit être un outil stratégique, pour contrôler les processus de vente, manager les équipes commerciales et développer la croissance de

l'entreprise. Pour que le CRM soit réellement utilisé par les commerciaux de terrain, celui-ci doit être simple, configurable et adaptable aux particularités du business de la société.

Le choix de Sugar est ainsi une évidence pour Jean-Michel Le Bolloch, qui, 17 ans plus tard, ne regrette pas sa décision.

Quant à l'accompagnement de Synolia, là aussi, le choix a été évident. Pour tirer pleinement parti de la plateforme SugarCRM, Jean-Michel Le Bolloch s'est mis en quête du meilleur partenaire de l'éditeur. Ce sont les équipes de Synolia, spécialistes de la solution, disponibles et réactives qui ont convaincu le président du groupe.

« Je suis fidèle à l'outil, à Synolia et aux engagements que les sociétés tiennent. » - Jean-Michel Le Bolloch, président du groupe HAcare.

Ainsi, depuis 17 ans, la solution Sugar, implémentée par Synolia, accompagne le développement du groupe HAcare alors que son chiffre d'affaires a été multiplié par dix.

Une mise en place progressive

Le rôle du CRM Sugar au sein du groupe HAcare a évolué au même rythme que l'activité du groupe s'est développée. Si, au démarrage, le CRM était avant tout un outil pour partager des données clients et historiser le portefeuille d'affaires, celui-ci n'était pas encore exploité pour réellement orienter le business.

Aujourd'hui, Sugar est l'outil de pilotage et de suivi de l'activité commerciale de l'ensemble du groupe HAcare. Autant les commerciaux que les managers commerciaux peuvent accéder à l'outil quand ils le souhaitent. Avec des commerciaux sur le terrain, il est essentiel de pouvoir suivre l'activité en temps réel. En effet, la gestion du pipeline d'affaires permet de déterminer les prévisions de commandes et donc d'alimenter le flux de la production.

« De nombreux produits, de nombreux réseaux de vente, et des méthodes d'achat complètement différentes, c'est ce qui fait du marché médico-social un marché si complexe. »

- JEAN-MICHEL L.
Président du Groupe, HAcare

« Sugar est notre seul outil de communication au sein de l'équipe commerciale, c'est notre outil de pilotage de l'activité commerciale. » – Romain Prosperi, directeur commercial du groupe HAcare.

Aujourd'hui, Sugar regroupe l'intégralité de l'historique client du groupe HAcare, denrée la plus précieuse de l'entreprise.

Un outil adapté aux besoins spécifiques du groupe HAcare

Pour répondre aux spécificités qui caractérisent le marché médico-social et s'adapter aux processus commerciaux du groupe HAcare, le CRM Sugar a été personnalisé par des champs spécifiques et des tableaux de bord.

L'objectif ? Ne pas imposer aux équipes commerciales des informations qui ne les intéressent pas, mais leur proposer les informations qualitatives dont elles ont réellement besoin.

Le CRM est ainsi utilisé en amont pour la gestion du portefeuille d'affaires par la création d'opportunités sur le terrain. Celles-ci sont suivies en fonction des différentes phases de vente, ce qui permet d'obtenir un aperçu du volume de création d'affaires et d'affaires en cours.

En aval, des relances peuvent par exemple être déclenchées automatiquement pour le renouvellement de produits chez un client, ou la relance d'un prospect en cas d'affaire perdue.

Ainsi, c'est tout le cycle amont et aval qui est travaillé dans Sugar autour de l'activité commerciale du groupe HAcare.

Enfin, la mise en place du suivi d'indicateurs clés permet de créer chaque année les business plan par région et par collaborateur. Le haut niveau de précision obtenu dans le suivi des indicateurs permet à l'équipe commerciale de réaliser des prévisions de commande précises.

« Sans ce niveau de précision, nous serions incapables de fournir des prévisions de commande à la semaine ou au mois qui soient aussi proches de la réalité. » – Romain Prosperi, directeur commercial du groupe HAcare.

Ainsi, grâce à l'historique contenu dans Sugar et à l'analyse des bonnes informations, Romain Prosperi est en mesure de dégager des projections sur 3 ans.

Des indicateurs de suivi clés pour le pilotage de l'activité commerciale

Chaque utilisateur, du collaborateur commercial à la direction commerciale du groupe, a accès à différents tableaux de bord qui lui permettent de suivre l'activité commerciale :

- L'évolution des prises de commande en temps réel par rapport aux objectifs mensuel, trimestriel et annuel
- Les taux de conversion, mesurés par rapport au mois, au trimestre et à l'année précédente
- Le taux d'affaires perdues face à la concurrence et son évolution par rapport à la période précédente
- Le portefeuille d'affaires en cours

Ces différents indicateurs sont suivis par tous, ce qui permet un meilleur alignement quant aux objectifs. Par ailleurs, l'intégration de nouveaux collaborateurs, parfois méfiants vis-à-vis du CRM est grandement facilitée par la réelle utilité qu'ils perçoivent dans l'utilisation de Sugar. Une adoption utilisateur réussie haut la main !

Non seulement les indicateurs sont indispensables, mais les résultats sont là ! En effet, en 2021, le groupe HAcare observe un taux de transformation de 45%, en progression de 8,8% par rapport à 2020 et de 11,5% par rapport à 2019. Ces résultats sont la preuve d'une meilleure qualification des leads, que Romain Prosperi observe non seulement dans la qualité de la base que dans l'organisation des workflows.

« Sugar est notre seul outil de communication au sein de l'équipe commerciale, c'est notre outil de pilotage de l'activité commerciale. »

- ROMAN P.

Directeur Commercial du Groupe, HAcare

À mesure du développement et de la croissance du groupe, les flux se multiplient également. Le CRM s'adapte en permanence à ces évolutions, et permet de créer des scénarios facilement reproductibles.

« Sugar nous permet de faire très simplement des choses très sophistiquées »
– Jean-Michel Le Bolloch, président du groupe HAcare.

Des objectifs de croissance toujours plus ambitieux

Le volume d'affaires du groupe HAcare ne cesse de croître : sur la période 2021, c'est un volume d'affaires de 3,1 millions d'euros supplémentaires par rapport à l'exercice 2019-2020 !

Pour les prochaines années, le groupe HAcare a pour objectif de poursuivre son développement de manière organique et par l'acquisition de PME françaises et de pays limitrophes tels que la Belgique, les Pays-Bas, l'Italie ou encore l'Espagne. D'ici 7 ans, le groupe HAcare vise ainsi les 100 millions d'euros de chiffre d'affaires, toujours avec le concours de Sugar et de Synolia.

En effet, à chaque acquisition, la mise en place du CRM est une priorité afin de prendre rapidement et efficacement le contrôle de l'activité commerciale.

« Nous avons mis Sugar en place dans 4 sociétés, et nous le mettrons en place dans les prochaines. Vous imaginez mal vous déplacer sans voiture, nous imaginons mal poursuivre notre développement sans Sugar et Synolia. » – Jean-Michel Le Bolloch, président du groupe HAcare.



Synolia
Think out of the codes

SUGAR PARTNER

Synolia aide les entreprises à délivrer la meilleure expérience à leurs clients grâce à une plateforme complète de services et de solutions de Customer Management (CRM/CXM).

www.synolia.com // sugarcrm@synolia.com

À propos de SugarCRM

SugarCRM aide les équipes commerciales à atteindre leur plein potentiel. Les entreprises choisissent SugarCRM pour surmonter la complexité, prioriser les opportunités de vente et augmenter les ventes additionnelles en utilisant les ressources dont elles disposent déjà. SugarCRM est idéal pour les secteurs complexes axés sur les relations – tels que l'industrie manufacturière, la vente en gros et la distribution – cherchant à accélérer leur croissance et à prendre des décisions plus éclairées.

En savoir plus sur www.sugarcrm.com/fr