

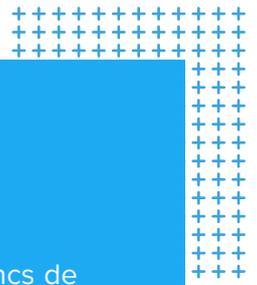


Accélérer sa croissance avec Zoho

 **Selectra**

Étude de cas client - Selectra

The background is a solid blue color. It is decorated with various geometric shapes and lines. There are several small squares and hexagons in red, green, yellow, and blue scattered across the page. At the bottom, there are several overlapping, wavy lines in green, yellow, red, and blue. A larger yellow hexagon is located in the bottom left corner.



L'entreprise

Elle a été créée en 2007 par Xavier Pinon et Aurian de Maupeou sur les bancs de Sciences Po, où l'ouverture à la concurrence des secteurs de l'énergie a suscité en eux l'idée d'aider les consommateurs dans leur souscription de contrats. C'est en effet ce que l'entreprise propose : comparer et accompagner la souscription des contrats de la maison (énergie, télécom, assurance). Selectra emploie 1200 personnes à ce jour et opère dans plus de 10 pays. La compagnie a réalisé un chiffre d'affaires de 53 millions d'euros en 2019, et apparaît chaque année dans le palmarès des entreprises à la plus forte croissance du Financial Times.



Diplômé de Sciences-Po Paris (Master Finance et Stratégie) et de l'université de Saint-Gall (Master en Affaires Internationales), Aurian de Maupeou est également passé en échange académique par l'université japonaise de Waseda (Tokyo) et la Korea University (Séoul). Ayant acquis en autodidacte une connaissance pointue du web, Aurian est en charge de la stratégie SEO, des outils techniques et du développement des nouveaux marchés chez Selectra.



Aurian de Maupeou

Co-Fondateur & CEO
Selectra

Problématique et enjeux

Avant de découvrir Zoho, Selectra avait développé sa propre application de gestion de pipeline. En construisant sa propre interface, Selectra s'est cependant heurtée à un certain nombre de problèmes : **“Nous rencontrons des bugs, entraînant la perte de confiance de l’outil pour les employés”** nous témoigne Aurian Maupeou, co-fondateur et CEO de Selectra. Les conséquences de ces bugs ralentissaient de manière significative le développement commercial de Selectra et ont révélé les limites des capacités de la plateforme **maison**, ce qui amena la société à la recherche de l'outil CRM qui assurerait l'activité commerciale et répondrait aux besoins spécifiques de l'entreprise.

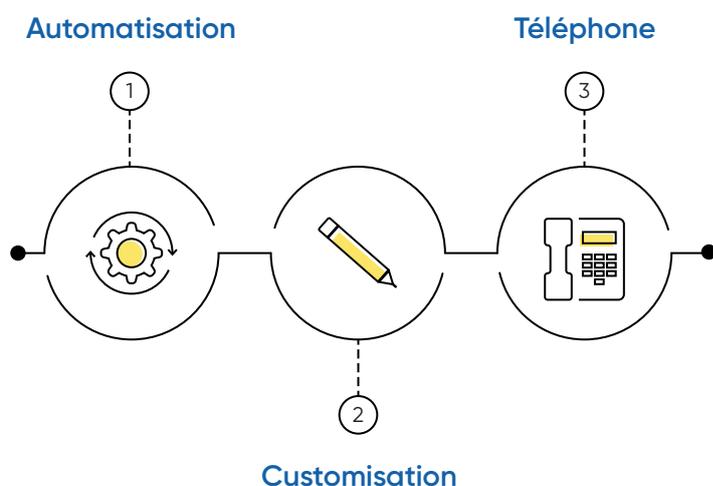
Selectra a commencé sa recherche d'un outil CRM en 2015 avec différentes solutions sur le marché à tester. Leur choix s'est arrêté sur Zoho, car l'outil répondait en effet à tous leurs besoins pour 4 à 6 fois moins cher que son concurrent Salesforce avec un niveau de fonctionnalités identique.

Aurian de Maupeou a également été très satisfait de la relation commerciale offerte par Zoho par rapport aux autres fournisseurs de services CRM. **“La première personne avec qui j'ai parlé chez Zoho était une personne du support technique sur le tchat. Zoho met en avant la qualité de son service via un support technique avec une grande connaissance des outils. Les autres éditeurs ont tendance à vous offrir un discours commercial jusqu'à la signature du contrat”** partage le CEO de Selectra.

Paramétrage de l'outil et utilisation

Zoho permet à Selectra d'automatiser une grande partie des process business via beaucoup de règles de workflow et de custom functions. Cette automatisation de ses process internes offre à l'entreprise un gain de temps et de ressources considérable : l'avantage notamment de Zoho constaté par Selectra par rapport à la concurrence est qu'au moment du déploiement, plusieurs personnes sans profil technique ont pu mettre en place ces workflows, comme le précise Aurian de Maupeou :

“Contrairement à la concurrence, non seulement Zoho permet la mise en place de ces process en interne, mais surtout, facilement”.



Le deuxième axe principal de l'utilisation du CRM est tourné vers l'utilisation du service de téléphonie intégré à Zoho CRM, NewVoiceMedia. Les agents bénéficient d'un accès immédiat à l'historique complet des interactions d'un client et les appels entrants sont directement gérés et acheminés intelligemment dans le CRM, garantissant que les appelants sont mis en relation avec le bon interlocuteur - ce qui améliorera le temps de traitement et la satisfaction client.

Les autres éléments importants de l'utilisation de Zoho CRM par Selectra :



Customisation

Selectra a mis en place facilement tous les modules et les champs custom pour que Zoho CRM soit entièrement personnalisé à ses préférences d'utilisation. **“C’est en plus d’une facilité particulièrement agréable”.**



Marketing

Selectra a également choisi d'intégrer Zoho CRM à Mailchimp pour leurs campagnes d'e-mail marketing. L'intégration est déjà incluse dans la marketplace de Zoho et est complètement gratuite.



Analytics

Selectra utilise les fonctions de reporting et de tableaux de bord pour faire leur suivi de KPI. Les rapports permettent à l'entreprise de comprendre où se trouvent les possibilités d'amélioration.

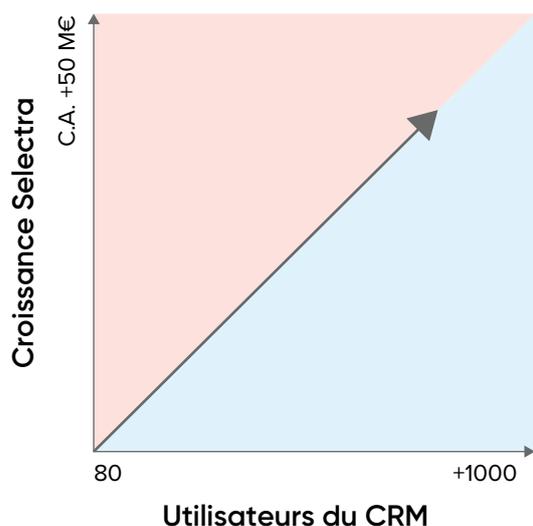


API

L'organisation a également développé un système de calcul des commissions pour les commerciaux sédentaires basé sur leur performance et intégré via l'API de Zoho. Il s'agit d'un projet PHP sur Laravel couplé à une extension Chrome.

Zoho	Autres solutions
 Coûts de services d'implémentation 0	 Coûts de services et d'implémentation 4 à 6 fois plus chers
 Coûts de licence moindres	 Coûts de licence (très) élevés
 Support client par tchat directement avec les ingénieurs	 Mauvaise expérience commerciale
 Intégration à notre service de téléphonie	 Beaucoup de CRM génèrent plus de problèmes qu'ils n'en résolvent

Évolution



Selon Selectra, un CRM est un outil nécessaire, qui apporte ironiquement des problèmes et peut empêcher une entreprise d'atteindre ses objectifs. Fort heureusement, ce n'est pas le cas de Zoho selon Aurian de Maupeou. **“En termes business, Zoho apporte de surcroît un avantage comparatif à Selectra par rapport à ses concurrents, car l'outil est bon marché. Nous estimons que Zoho coûte 4 fois moins cher que son principal concurrent Salesforce. Cette économie contribue significativement à l'EBITDA de l'entreprise et donc à son succès”.**

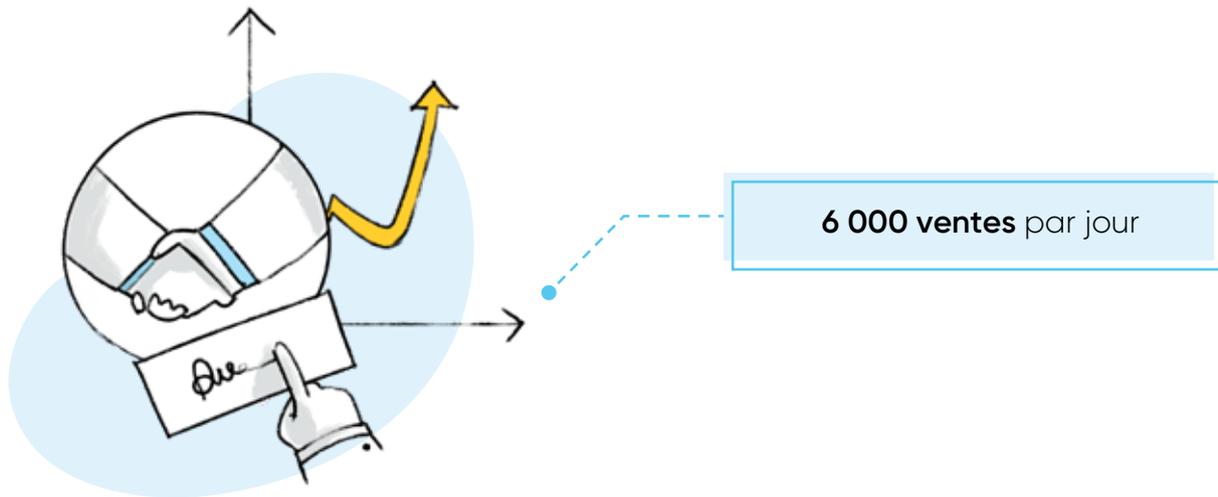
Selectra opère sur un marché porteur et a de fait connu un succès fulgurant à l'international. Après avoir développé leurs services en Europe, ils se tournent vers des marchés plus lointains, et aujourd'hui, même leur équipe japonaise utilise Zoho avec succès et satisfaction. L'outil s'adapte et les accompagne dans cette expansion.

L'avantage de Zoho constaté par Selectra est que l'outil est complètement évolutif en fonction de l'utilisation. Depuis la mise en place de Zoho, Selectra a connu une croissance exponentielle. L'entreprise compte plus de 1000 utilisateurs, en croissance d'environ 50% par an avec un usage massif de l'API. **“Quand une organisation grandit, rien ne change chez Zoho. Nous n'avons jamais remarqué une différence de temps de chargement ou de vitesse de l'outil”.**



50 000 activités par jour

Zoho CRM est un outil très robuste. Selectra gère dans Zoho près de 50 000 activités (essentiellement des appels) par jour, donc autant de contacts et environ 6000 ventes par jour.



Zoho représente une des fondations de Selectra sur laquelle l'organisation a pu construire une entité complexe. **"Je recommande très souvent Zoho à d'autres entreprises. Notre expérience est vraiment excellente ! Le monopole de Salesforce et ses prix indécents ne sont pas une fatalité. Vous pouvez faire confiance à Zoho CRM. Vous ne le regretterez pas !"** conclut Aurian de Maupeou, CEO & Co-Fondateur de Selectra.

- ✓ **Automatisation**
- ✓ **Prix**
- ✓ **Support client**

