



## Interview d'Anne-Catherine Felden, responsable de la relation clients chez De Dietrich

De Dietrich a couplé son CRM Microsoft Dynamics 360 avec l'outil [Eloquent](#). Anne-Catherine Felden, responsable de la relation clients, revient sur cette initiative.



Anne-Catherine Felden, responsable de la relation clients, pôle clients particuliers, De Dietrich

Dans quel contexte avez-vous opéré le couplage de votre CRM avec un logiciel de relation client ?

Tout est parti de la volonté de notre groupe, BDR Thermea, d'implanter un outil CRM commun dans les 10 marchés principaux sur les 50 pays que nous couvrons, pour rationaliser les process, réduire la maintenance et harmoniser les pratiques. La France a donc basculé, en 2022, sur Microsoft Dynamics 360, et ce projet a révélé la nécessité d'y coupler notre outil de téléphonie dédiée à la relation client, [Eloquent](#).

L'un des premiers objectifs était de pouvoir reconnaître les appels entrants : s'agit-il d'un client déjà connu ou d'un prospect ? Dans le premier cas, l'historique de sa relation avec nous remonte, dans le second, un nouveau dossier (ticket) est créé, et nous l'orientons de manière adéquate. Il y a donc, d'une part le CRM utilisé par nos commerciaux en France (100 personnes), et d'autre part, le service Relation clients (70 personnes). Celui-ci intervient sur l'avant-vente (renseignements produits, aides de l'Etat, coordonnées des installateurs...) mais surtout sur l'après-vente, accompagnant nos installateurs plombiers-chauffagistes, prescripteurs et poseurs de nos produits, et les clients finaux, qui peuvent être des enseignes, mais aussi des collectivités et des bailleurs sociaux. Les commerciaux vendent les produits de nos deux marques De Dietrich et Chappée.

Nous avons désormais une vision du client à 360°, que ce soit en BtoB ou en BtoC. Auparavant, les informations n'étaient pas partagées entre le commercial, le marketing et la relation clients. Côté prospection, le commercial a désormais accès aux leads générés par les appels entrants et dirigés vers un installateur. Il peut questionner ce dernier sur leur transformation ou pas, pourquoi... Ce qui lui permet de piloter la performance du réseau d'installateurs.



## Pour aller plus loin : Changer de CRM en toute efficacité

De même, en après-vente, en cas de litige, le commercial accède à toute la chaîne d'informations datées : problème signalé, canal emprunté, solution apportée. En visite chez l'installateur, le commercial dispose d'une vision complète des événements, depuis la phase où un prospect s'interroge jusqu'aux informations commerciales une fois l'intervention réalisée. Toute la chaîne est documentée. Par ailleurs, il y a plusieurs avantages du point de vue marketing, comme l'amélioration de notre e-réputation grâce au recueil automatisé d'avis Google. Après l'intervention d'un technicien chez un client, le CRM sollicite directement ce dernier afin qu'il émette un avis. L'outil est aussi un bon levier pour réaliser des campagnes d'appels sortants, grâce à la traçabilité des contacts, pour par exemple, proposer un contrat d'entretien suite à un appel pour une question technique. D'autres actions marketing se sont trouvées facilitées, comme les newsletters, etc.

Nous travaillons à un parcours client toujours plus fluide et efficace, avec par exemple, la rationalisation du nombre de numéros pour nous joindre. Nous souhaitons nous rapprocher encore davantage du client final, développer plus d'interactions avec lui. Côté technique, nous disposons à présent d'un CRM et d'un logiciel de relation client en mode Cloud, ce qui nous permettra d'y intégrer à l'avenir toutes les opportunités liées à l'IA pour servir le client. Je pense par exemple à la prise de RDV technique à la carte, comme sur Doctolib, ce qui contribuerait à une expérience client toujours plus satisfaisante.

De Dietrich en bref Effectif : 1350 collaborateurs en France dont 100 commerciaux ; 70 conseillers dédiés à la relation client ; 230 techniciens. Implantations (groupe BDR Thermea) : plus de 50 pays  
CA 2023 (groupe BDR Thermea) : 2,3 Mds€