

Réussir son projet CRM : de la sélection à l'adoption par les équipes

Cadrage et besoins stratégiques

- Identifier les points de friction actuels dans le parcours client
- Définir les fonctionnalités indispensables (automatisation, reporting, intégrations)
- Fixer un budget global incluant licences, formation et maintenance
- Déterminer les objectifs chiffrés attendus (ex: gain de temps, taux de conversion)

Critères de sélection du logiciel

- Vérifier la compatibilité avec les outils existants (ERP, messagerie, marketing)
- Tester l'ergonomie et la facilité d'utilisation pour les commerciaux
- Analyser la qualité du support client et la réactivité de l'éditeur
- S'assurer de la conformité RGPD et de la sécurité des données

Préparation et nettoyage des données

- Auditer la base de données actuelle (suppression des doublons et données obsolètes)
- Standardiser les formats de saisie avant l'importation
- Définir les droits d'accès et les niveaux de confidentialité par profil
- Cartographier les flux de données entre le CRM et les autres outils

Déploiement et conduite du changement

- Désigner un 'champion' interne pour piloter l'adoption et répondre aux questions
- Organiser des sessions de formation personnalisées par profil utilisateur
- Définir un calendrier de déploiement progressif (phase pilote puis généralisation)
- Mesurer les premiers indicateurs de performance (KPIs) après 30 jours d'utilisation