

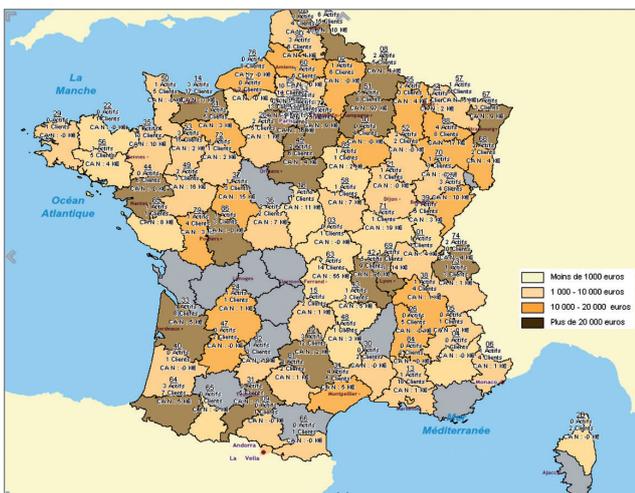
GEOCONCEPT aide Berner à optimiser ses **performances commerciales**

Berner choisit GEOCONCEPT, concepteur leader de technologies d'optimisation géographique, pour doter son service commercial d'un véritable outil d'aide à la décision et de pilotage des ventes.

BERNER

EXPERTS PAR
PASSION

Le challenge de Berner : maximiser les performances de son réseau commercial



Exemple de répartition du CA par département

Spécialiste de la distribution de produits de fixation, d'outillage et de consommables techniques pour les professionnels du bâtiment, de l'automobile et de l'industrie, Berner assure tous les jours à ses clients un service complet et un conseil professionnel dans plus de 20 pays européens.

Avec environ 1200 employés en France, dont plus des 3/4 sont dédiés à la force de vente en direct, une sectorisation commerciale optimale est un enjeu crucial pour Berner. La société doit pouvoir s'appuyer sur une solution fiable, lui permettant de tirer pleinement parti des avantages de la

géographie de son marché pour construire et optimiser des secteurs de vente pertinents pour ses VRP exclusifs mais aussi diffuser des informations claires aux managers des forces de vente.

Au-delà d'une volonté de maîtrise de l'espace géographique Berner souhaite maximiser la notion de proximité entre ses clients et ses représentants. La philosophie de la société veut en effet que les clients se sentent étroitement suivis en cas de besoin et que les représentants disposent d'un portefeuille de clients relativement proche de leur lieu de vie pour améliorer leur qualité de travail et les fidéliser à l'entreprise.

Berner a ainsi cherché une solution de sectorisation efficace répondant à l'ensemble de ses contraintes et lui permettant d'optimiser les performances commerciales de chacune de ses divisions.

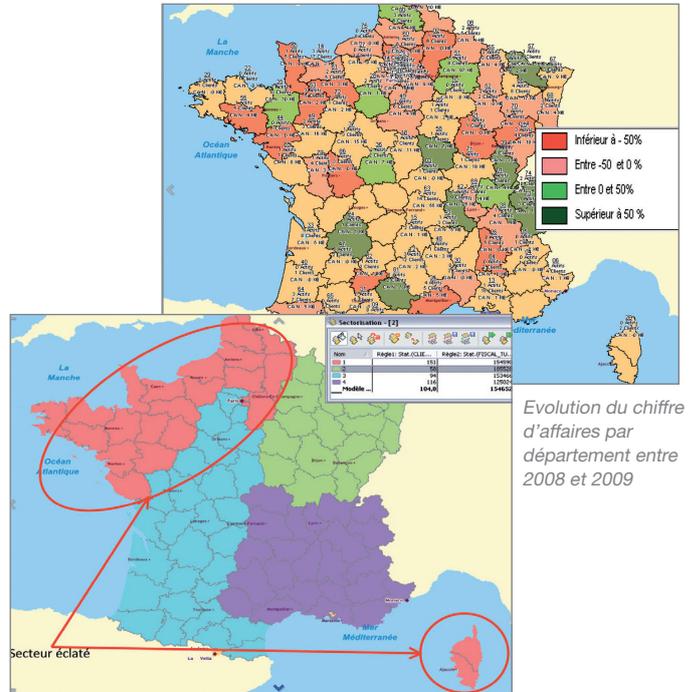
Le groupe Berner en quelques chiffres...

- Création en 1957 à Künzelsau, par Albert Berner
- 3 secteurs d'activités : Bâtiment, Automobile, Industrie
- Un catalogue de 25 000 produits
- 25 filiales dans 23 pays européens
- 93000m² d'entrepôts dans toute l'Europe
- Plus de 7000 employés, dont 5000 dédiés à la force de vente collaborateurs
- Chiffre d'affaires 2009 : 180 M€

La réponse adaptée de GEOCONCEPT : Geoconcept Territory Manager (GTM) et le serveur géographique Geoconcept Entreprise (GCE)

Pour couvrir efficacement son marché, Berner a choisi de faire confiance à GEOCONCEPT et de mettre en place une infrastructure logicielle complète, qui inclut le serveur Geoconcept Internet Server (GCIS), permettant de partager des cartes interactives en ligne sur l'intranet de la société, ainsi que la solution Geoconcept Entreprise (GCE), comprenant le module de sectorisation commerciale Geoconcept Territory Manager (GTM). Grâce à des composants d'optimisation intelligents, cet outil permet de créer une sectorisation commerciale optimale tout en respectant les contraintes imposées, de faire des simulations en fonction de critères donnés, ou encore d'exploiter au mieux le potentiel de vente des différents territoires.

Une sectorisation commerciale efficace repose en grande partie sur une base de données propre et complète. Berner attache ainsi une attention particulière à la qualification de ses fichiers (adresses de ses clients, chiffres d'affaires, localisation de ses commerciaux, etc.), GTM permet ensuite à l'entreprise de manipuler ces données et de réaliser des études pertinentes pour les managers comme pour les commerciaux sur le terrain.



Evolution du chiffre d'affaires par département entre 2008 et 2009

Exemple d'optimisation de secteurs commerciaux : projet d'organisation de quatre régions de prospection grands comptes

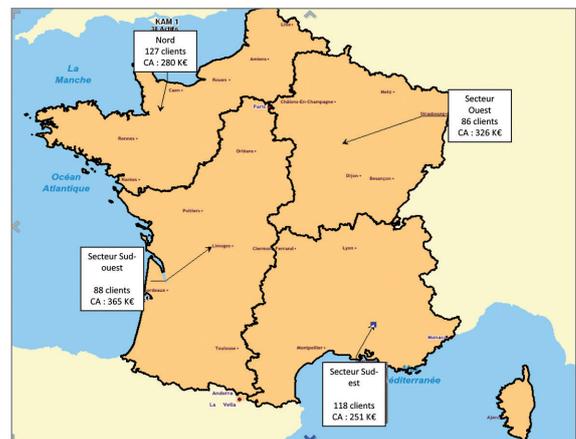
Veille géographique et diffusion de cartes stratégiques

Grâce à l'infrastructure mise en place, Berner élabore une veille géographique active, permettant de suivre les secteurs des représentants commerciaux dans leurs phases de création et d'optimisation. Berner s'appuie ainsi sur GTM pour s'assurer de la viabilité des secteurs, et notamment que chacun d'entre eux rassemble les meilleures conditions possibles en termes de nombre de clients, potentiel géographique (acquisition de nouveaux clients), chiffre d'affaires (dont dépend la rémunération du représentant) ou encore temps de transport (à limiter pour un meilleur confort). La solution de géomarketing permet ainsi à Berner d'améliorer la fidélité de ses représentants qui peuvent aussi faire évoluer sereinement leur secteur et en cas de besoin demander à le remodeler pour en maximiser les performances.

Grâce à GCIS, Berner tire également parti de l'intelligence géographique fournie par GEOCONCEPT pour instaurer la diffusion de cartes sectorielles et thématiques via l'Intranet de la société. Les managers des forces de vente ainsi que les représentants sur le terrain ont la possibilité d'avoir une vision claire de la performance géographique et une meilleure connaissance des clients évoluant sur chaque secteur.

« L'infrastructure GEOCONCEPT mise en place au sein de notre société nous permet de créer des secteurs de vente

équilibrés et réalistes, mixant prospects et clients et réduisant les déplacements et leurs impacts pour nos représentants. Cette configuration est un véritable facteur clé de réussite pour une sectorisation efficace, permettant d'offrir un confort de travail maximal pour la force de vente et d'optimiser les performances commerciales de notre société », commente Sandrine Cossard, responsable Marketing Client au sein de Berner.



Exemple d'optimisation de secteurs commerciaux : validation du scénario