

Le contexte

Un groupement automobile comprenant 6 concessions BMW en Ile de France et Normandie souhaite optimiser l'agrégation de ses données afin d'avoir une vision 360° de ses clients de l'après-vente d'une part et d'autre part optimiser le temps des téléconseillers.

La problématique

Avoir une vision en 1 clic du client quel que soit le service utilisateur (DG, Marketing, Conseiller Service).

Pour cela, il faut agréger les données qui proviennent de différentes sources (DMS, Clé du véhicule, Customer Data Platform, Garage Score, Call Center).

Pour les Téléconseillers il faut réduire le nombre d'étape de consultation du site web BMW.

La solution

- IBM RPA

La mise en œuvre

Vision 360

Mise en place de 2 robots déclenchés de façon journalier afin de récupérer les données des différentes sources :

- Fichier récupéré depuis un serveur SFTP
- Export de de rapport depuis un site partenaire
 - Connexion au site
 - Demande d'export d'un rapport préconfiguré
 - Réception du lien du rapport par mail
 - Téléchargement du fichier correspondant au lien

Import des données récupérées dans une base de données

Téléconseillers

Mise en place d'un robot qui s'exécute sur demande via l'appel d'un service web configuré sur leur outil interne (clic sur un bouton). Le robot se lance sur le poste du téléconseiller et réalise par lui-même, les étapes de navigation et les saisies nécessaires afin de présenter la page souhaitée aux Téléconseillers.

Les bénéfices

- ✓ Avoir une vue unique du client
- ✓ Réduction importante du temps d'accès aux informations client
- ✓ Opérations manuelles en grande partie supprimées
- ✓ Amélioration de la qualité des données pour les opérations de marketing opérationnel à l'après-vente
- ✓ Le téléconseiller se concentre davantage sur le client et son besoin en se délestant de tâches fastidieuses.
- ✓ Amélioration de l'expérience utilisateur

