

ILS TÉMOIGNENT

M
'O



40 utilisateurs



3 phases projet



200 000
contacts en base

L'ÉTABLISSEMENT PUBLIC DES MUSEES D'ORSAY ET DE L'ORANGERIE FAIT CONFIANCE A EFFICY



L'Établissement public des musées d'Orsay et de l'Orangerie regroupe le musée d'Orsay et le musée de l'Orangerie. A eux deux, ils accueillent plus de 4 millions de visiteurs par an. Pour optimiser la relation avec ses visiteurs, ses mécènes et ses contacts institutionnels et presse, l'Établissement a choisi la solution E-Deal CRM by Efficacy.

Résultats

- › Une meilleure connaissance des contacts (BtoB et BtoC) et de leur potentiel
- › Une communication plus ciblée et plus personnalisée
- › Des méthodes de travail plus fluides
- › Une meilleure collaboration entre les services

Le CRM, un projet transversal

Deux services distincts utilisaient déjà une solution de gestion de la relation avec ses publics, mais les bases de données n'étaient ni partagées, ni liées à la billetterie. C'est en 2015 qu'émerge la volonté de s'équiper d'une nouvelle solution CRM et d'en faire un **réel projet transversal**.

Le projet a été mené par le service marketing qui manquait d'un outil. Une **équipe projet** est alors constituée avec des fonctions métier, transverse et informatique, et a recueilli les besoins de l'ensemble des Directions. L'enjeu : **préciser les contours du projet** qui sont donc :

- Améliorer la connaissance des contacts de leur potentiel
- Renforcer la relation avec les publics cibles
- Travailler de manière plus efficiente et plus collaborative

Les facteurs clés de succès

L'Établissement public des musées d'Orsay et de l'Orangerie s'est fait accompagner par un cabinet de conseil

pour établir une stratégie de développement du projet CRM et son cahier des charges.

Parmi les facteurs de succès, plusieurs étaient essentiels pour l'Établissement :

- **Phaser le projet** selon les cibles (grand public, publics de la communication et mécènes)
- **Bénéficier d'interfaçages ergonomiques**, notamment avec la billetterie
- **Préférer les développements standards** et limiter les spécifiques
- **Avoir des données hébergées en France**

Suite à l'appel d'offres public, c'est finalement la solution E-Deal CRM by Efficacy qui a été sélectionnée. Elle répondait parfaitement aux exigences ci-dessus et en présentait d'autres. Les équipes ont notamment apprécié « les exigences techniques et fonctionnelles, la double compétence éditeur-intégrateur, la méthodologie projet proposée et le bon rapport qualité-prix ». Les nombreuses références clients dans le même secteur ont également rassuré les équipes.



« Un bonus tout particulier sur la gestion de projet : les équipes sont très disponibles et à l'écoute. Et elles font preuve d'un grand sérieux sur la méthodologie et la documentation fournie. »

Sophie Bonniau,
Cheffe de service marketing, Établissement public des musées d'Orsay et de l'Orangerie

Un projet de longue haleine

De par son phasage et l'organisation interne, le déploiement global a pris cinq ans. Il a donc fallu **impliquer les équipes** tout du long, leur montrer l'outil, les rassurer. Pour cela, l'équipe projet a organisé des sessions de présentation et de formation à l'outil. Un cabinet de conseil a aidé à mettre en place une **stratégie de conduite du changement**. Les outils de communication fournis ont été adaptés aux processus internes. Et, en amont de tout cela, des **ateliers organisationnels** ont été menés pour apprendre à travailler en mode équipe et identifier les processus cibles de l'organisation globale.

Vision 360° et simplification des processus

Une **meilleure connaissance** des contacts en base : c'est l'un des principaux apports de la solution E-Deal CRM by Efficy. Cette vision 360° est alimentée et qualifiée via la billetterie et les comportements de consommation émanant des newsletters.

Les utilisateurs marketing peuvent faire des ciblage par centres d'intérêt. Cela leur permet de proposer des **contenus personnalisés**.

Autre bénéfice : la simplification de la relation avec les relais des publics du champ social et du handicap. Ces contacts, formés à l'histoire de l'art, accompagnent des groupes dans les musées. Or, avant le déploiement d'E-Deal CRM by Efficy, tout était géré dans les outils bureautiques standards. Aujourd'hui, les formations sont pilotées directement dans l'outil et les équipes gagnent un temps précieux.

Les prochaines étapes

Quelques semaines après ce témoignage, l'Établissement va lancer la vente en ligne en nom propre. De là découleront de **nouvelles logiques de parcours visiteurs** soutenues par le CRM, notamment des emailing automatiques de bienvenue, de remerciement, etc. Quant à l'assistance de la vente en ligne (gestion des réclamations, des demandes d'information ou de remboursement), elle s'ajoutera au spectre initial du projet. Preuve en est que la solution E-Deal CRM by Efficy est évolutive et flexible.

En parallèle, les équipes qui digitalisent de plus en plus leurs supports de communication pourront compter sur le CRM pour la logistique événementielle.

Environnement technique

- Système d'exploitation serveur : Linux
- Serveur applicatif : Tomcat
- Base de données : PostgreSQL
- Interfaces : GTS (billetterie), Dolist (outil emailing), Outlook (plug-in E-Deal CRM by Efficy)

