

CASE STUDY

Fujitsu y voit plus clair dans ses informations grâce à Market Insight de Dun & Bradstreet

Introduction

Au Royaume-Uni et en Irlande, Fujitsu est une entreprise leader sur le marché des systèmes, services et produits IT qui emploie 14.000 personnes et réalise un chiffre d'affaire annuel de 1,8 milliard de livres sterling. Principal employeur japonais de la région, Fujitsu veille au fonctionnement optimal et à la sécurité des processus ICT de ses clients, aussi bien dans des organisations du secteur public que des entreprises privées.

Fujitsu s'est donné pour mission d'utiliser le pouvoir de la technologie afin de créer une société plus prospère et intelligente, à dimension humaine.

Situation

L'équipe de vente de Fujitsu souhaitait bénéficier d'une vue plus globale des opportunités de prospection de clients potentiels, y compris de possibilités de cross-selling et d'up-selling. Pour ce faire, Fujitsu avait besoin d'un bilan plus complet sur chacun de ses clients, réunissant des données et leur traduction, et présenté de façon consolidée et synoptique.

Solution

Pour réaliser ce panorama unique du client, Fujitsu a fait appel à plusieurs sources d'informations. Six différentes sources ont été identifiées, dont les propres données de Fujitsu et des informations provenant d'autres fournisseurs. Pour obtenir l'image la plus complète possible de chaque client, les informations commerciales de Dun & Bradstreet ont été intégrées à ce mix afin de fournir un ensemble de données complet de clients potentiels au Royaume-Uni.

Comment avons-nous procédé? La base de clients existante et les éléments associés ont été extraits et rapprochés à l'aide d'un processus de mise en adéquation breveté. Des numéros D-U-N-S® ont été ajoutés, et les données ont été nettoyées afin de fournir une base propre de données de départ. La collecte de toutes les sources de données a nécessité six semaines.

“Rassembler toutes les données requises dans un document n’a pas été simple au début, mais en travaillant avec les consultants de Dun & Bradstreet, nous avons pu définir les champs de données d’export. Cela nous a permis de les extraire facilement puis de les insérer dans un fichier Excel exploitable. Le rapport ainsi obtenu nous fournit désormais une page récapitulative sur chaque client et nous permet de consulter des groupes de clients en vue d’identifier les efforts à déployer pour développer notre clientèle. Cela a changé la donne pour nous : ce qui était mission impossible a finalement été simple à réaliser.”

Jamie Whysall, Market Intelligence Manager chez Fujitsu



Résultat

Une fois cette tâche initiale accomplie, les données ont été importées dans l'outil Market Insight de Dun & Bradstreet. Fujitsu a ainsi pu rapprocher les différentes sources à l'aide d'un numéro D-U-N-S®.

L'image consolidée dans l'outil Market Insight a permis à l'équipe Market Intelligence de Fujitsu de configurer des rapports de vente spécifiques contenant des informations financières et commerciales détaillées.

Jamie Whysall, Market Intelligence Manager chez Fujitsu: «Rassembler toutes les données requises dans un document n'a pas été simple au début, mais en travaillant avec les consultants de Dun & Bradstreet, nous avons pu définir les champs de données d'export. Cela nous a permis de les extraire facilement puis de les insérer dans un fichier Excel exploitable. Le rapport ainsi obtenu nous fournit désormais une page récapitulative sur chaque client et nous permet de consulter des groupes de clients en vue d'identifier les efforts à déployer pour développer notre clientèle. Cela a changé la donne pour nous : ce qui était mission impossible a finalement été simple à réaliser.

Grâce au soutien de l'équipe de Dun & Bradstreet et à ses outils, le traitement des données s'est fait relativement de manière relativement fluide. Un ensemble de procédures manuelles et de sources disparates a été efficacement converti en un processus systématique. Même si notre système CRM était en mesure de fournir certaines de ces informations, il n'aurait jamais pu nous offrir une telle image intégrée», déclare Beverley Dipper, Head of Market Intelligence chez Fujitsu.

«C'est la première étape dans l'utilisation de l'outil Market Insight de Dun and Bradstreet. Nous allons probablement l'intégrer à notre outil CRM afin de l'incorporer dans un récapitulatif unique du client. Market Insight contient un ensemble performant d'outils d'analyse qui peuvent nous aider à mieux comprendre nos marchés, et nous élargissons l'utilisation de cet outil en vue d'apporter de la valeur ajoutée à d'autres activités de Fujitsu», précise Beverley.



Dun & Bradstreet

Belgium:
www.dnb-belgium.be
T: 02 481 83 00

À propos de Dun & Bradstreet® (D&B)

Dun & Bradstreet (NYSE : DNB) est le premier fournisseur mondial d'informations et d'analyses commerciales. Forte de 172 années d'expérience, D&B aide ses clients à prendre des décisions commerciales fiables. Les services de D&B sont basés sur la plus importante base de données d'entreprises en son genre au monde, comprenant plus de 235 millions d'entreprises. Cette base de données repose sur le processus de qualité breveté DUNSRight® de D&B, qui garantit des informations commerciales de qualité, pour des solutions complètes permettant aux clients de prendre de décisions commerciales fondées.

D&B propose deux solutions répondant à divers besoins de ses clients. Les Risk Management Solutions™ de D&B leur permettent de limiter les risques de crédit et liés aux fournisseurs, d'augmenter leur cash flow et d'améliorer leur rentabilité. Les Sales & Marketing Solutions™ de D&B leur offrent des outils de gestion des données fournissant des solutions efficaces et rentables et permettant de convertir des prospects en clients en assistant les commerciaux dans leurs recherches sur des entreprises, des cadres et des secteurs précis.