

From: "Malenfant, Karl"
 To: Louise Savoie
 Subject: **RE: Ton opinion sur les orientations - notions de produits & services vs les capacités offertes par les solutions progicielles**
 Date: Thu, 24 Jul 2014 12:40:50 -0400
 X-Mail-Status: sent
 X-Source-Folder: Haut-de-la-banque-d'informations\Éléments-envoyés

Salut LouLou..... Que je t'aime....

Je suis à la même place que toi.. Cette décision prise juste avant mon arrivée (ainsi que toutes les autres), peuvent être remis en question pendant notre exercice de l'automne.

Les gens qui ont fait cette analyse l'ont fait sans connaître vraiment ce qu'ils étudiaient. Ils avaient en tête plus le concept de « Ventes » dans un mode de démarchage dans le cas d'un concept de pénétration de marché.

Vous allez avoir beaucoup de plaisir cet automne à « faire cheminer » ma gang....

C'est rassurant de te lire.

Bye bye.

Karl Malenfant

Vice-président aux technologies de l'information (VPTI)
 Société de l'assurance automobile du Québec
 333, boulevard Jean-Lesage, N-2-11
 Québec (Québec) G1K 8J6

Fax : (418) 644-4539



Devez-vous vraiment imprimer ce courriel ? Pensons à l'environnement !

De : Louise Savoie
Envoyé : 24 juillet 2014 12:20
À : Malenfant, Karl
Objet : Ton opinion sur les orientations - notions de produits & services vs les capacités offertes par les solutions progicielles

Salut,

Je me questionne sur de grandes orientations prises en 2013 sur les solutions CRM qui écartent toutes fonctionnalités relatives aux ventes et à la configuration de produits / services.

Ne connaissant pas les dossiers en détail, je peux être à côté de track!

À ta connaissance :

- Est-ce que cette possibilité a été examinée plus en profondeur? Ou bien c'est basé sur une perception entreprise commerciale vs service public?
- Quel serait l'accueil de l'idée suivante : la SAAQ gère des produits / services tels que « Immatriculation », « Permis de conduire », etc. et que ces succursales sont des points de vente?

Habituellement les solutions (ERP et CRM) offrent via le paramétrage beaucoup de flexibilité pour définir les caractéristiques des produits / services.

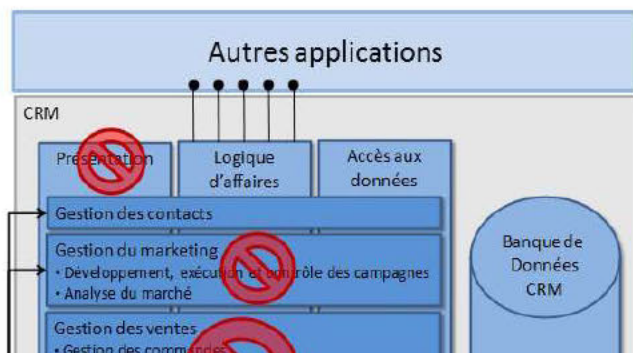
Analyse - Adéquation avec les fonctionnalités typiques d'un CRM

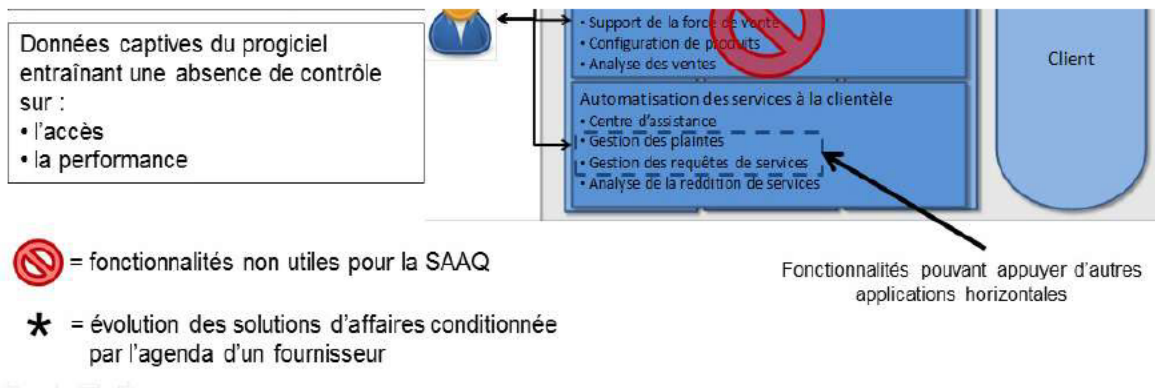
Une approche de gestion de la relation client s'adressant surtout aux activités commerciales.

Plusieurs fonctionnalités non utiles à la SAAQ.

Faible adéquation avec les besoins de la SAAQ, pas de valeur ajoutée.

Services applicatifs dépendant d'une tierce partie ayant son propre agenda quant à l'évolution de son produit. *





Louise Savoie
Conseillère
1250 boul. René-Lévesque ouest, Bureau 1910
Montréal (Québec) H3B 4W8
Courriel: [REDACTED]
Cell: [REDACTED] Tél: 514 879-9000 | Fax : 514-879-1133

Découvrez notre nouveau site internet: www.r3d.com
Audace Pertinence Engagement
"Devez-vous vraiment imprimer ce courriel?"
Pensons à l'environnement..."

SMTP Header

From: "Malenfant, Karl"
To: Louise Savoie

Subject: RE: Ton opinion sur les orientations - notions de produits & services vs les capacités offertes par les solutions progicielles

Date: Thu, 24 Jul 2014 12:40:50 -0400