



Blog du Prof T.I.M.

Technologies Informatique & Multimédia – Lycée du Mené



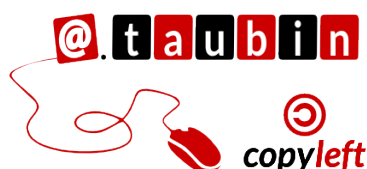
TD n°3 – Odoo – CRM & Ventes

Table des matières

1- CRM : Customer Relationship Management.....	1
2- Fonctionnalités du pipeline.....	3
3- Équipes commerciales.....	5
4- Pistes.....	7
5- Opportunités.....	8
6- Activités.....	9
7- Devis.....	11
8- Commande, BL et Facture.....	12
9- Cas pratique.....	12

Sources :

- <https://youtu.be/VchJnytoL-s> par Odoo avec vous !
- <http://crcm-tl.fr/index.php/diplomes/mercatique/bts-ndrc/bts-ndrc-digital-1/bts-ndrc-formation-suite-crm> par le CRCM-TL
- <https://www.algoflash.fr/conseils-et-inspirations/le-jardinage-de-a-a-z/premiers-pas/terreau-compost/granuplant-pierre-ponce>
- Cours de Mme Couronné



Odoo est un ERP (Enterprise resource planning). Il est composé de nombreux

modules, dont un module CRM. En français, on dit PGI (Progiciel de Gestion Intégré).

1- CRM : Customer Relationship Management

Un CRM (Customer Relationship Management) ou GRC (Gestion de la Relation Client) est un ensemble de pratiques, de stratégies et d'outils qui permettent à une entreprise de gérer efficacement ses interactions avec ses clients. Le CRM/GRC vise à améliorer la satisfaction client, à fidéliser les clients existants et à en attirer de nouveaux en offrant une expérience personnalisée et de qualité. Il permet également de centraliser les informations client, d'analyser les données pour mieux comprendre les besoins et les comportements des clients, et de suivre les actions et les communications avec eux. En somme, le CRM/GRC est une approche globale de la gestion de la relation client qui place le client au centre des préoccupations de l'entreprise.

Définitions dans Odoo :

- Une piste commerciale (ou "lead" en anglais) est un contact commercial potentiel pour une entreprise. Il s'agit généralement d'une personne ou d'une entreprise qui a manifesté un intérêt pour les produits ou services de

l'entreprise, par exemple en remplissant un formulaire sur le site web de l'entreprise ou en participant à un événement promotionnel.

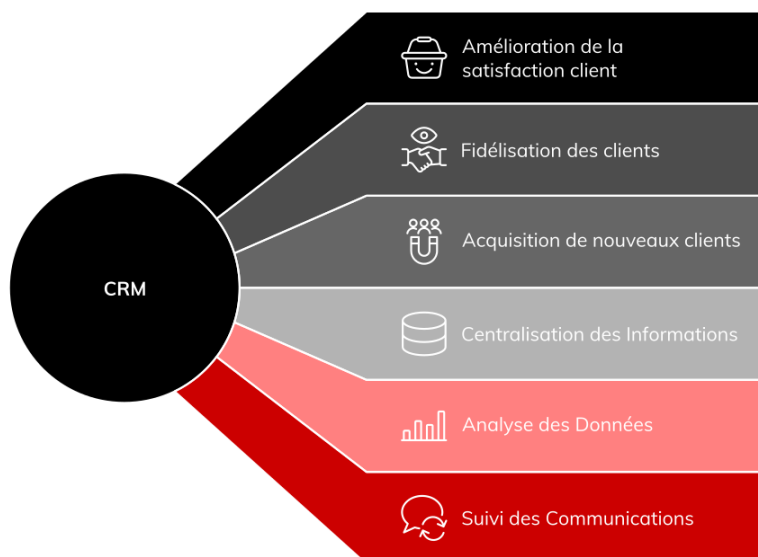
- Une opportunité commerciale (ou "opportunity" en anglais) est une piste commerciale qui a été qualifiée et qui présente un réel potentiel de vente. Elle répond à certains critères établis par l'entreprise pour identifier les prospects qui ont le plus de chances d'acheter ses produits ou services.
- Un prospect est une personne ou une entreprise qui est susceptible d'être intéressée par les produits ou services d'une entreprise. Un prospect peut être identifié de manière proactive par l'entreprise, par exemple en raison de ses caractéristiques démographiques ou comportementales : qualification par envoi de document pour donner des informations sur les produits, par prise de rendez-vous...
- Le prospect devient client lors de la validation d'un devis.

Votre entreprise peut enregistrer et gérer

chaque contact et échanger avec chaque client existant ou potentiel, sauvegarder toutes les préférences et suivre toutes leurs activités.

Le GRC vous permet de connaître avec exactitude votre portefeuille client, de **comprendre les attentes et les besoins de vos clients et d'organiser votre force commerciale.**

Découvrir les dimensions du CRM

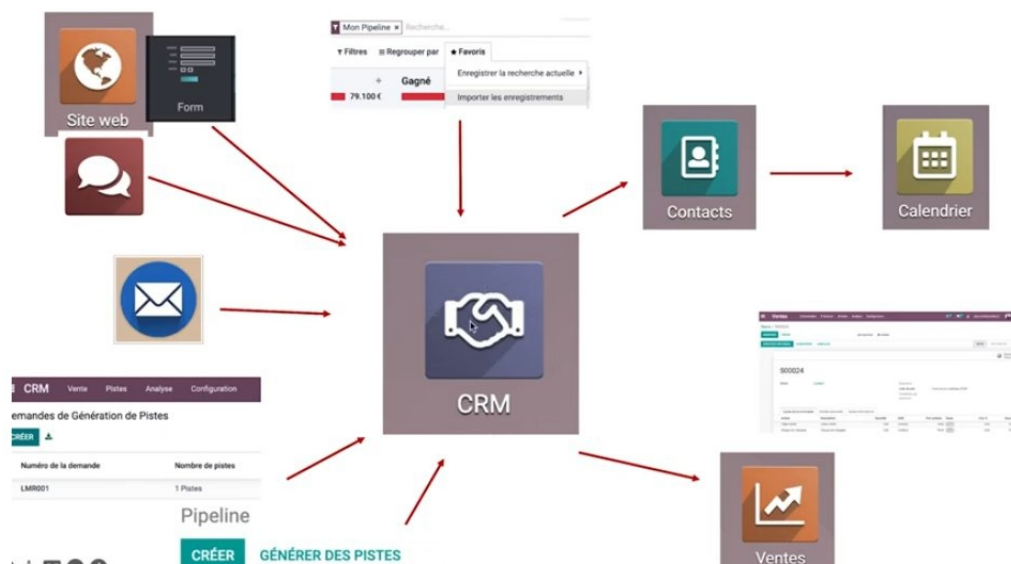


La génération de pistes commerciales peut prendre plusieurs formes dans Odoo :

- Soit via l'application avec l'achat de crédits
- Soit via le site Web

- Soit via le chat,
- Soit via l'envoi d'e-mail
- Soit via l'import d'un tableur
- Soit par saisie manuelle

Le module fonctionne en lien avec le calendrier, les contacts et le module ventes d'Odoo.



2- Fonctionnalités du pipeline

Vous pouvez regarder le tutoriel vidéo sur la présentation du CRM d'Odoo :

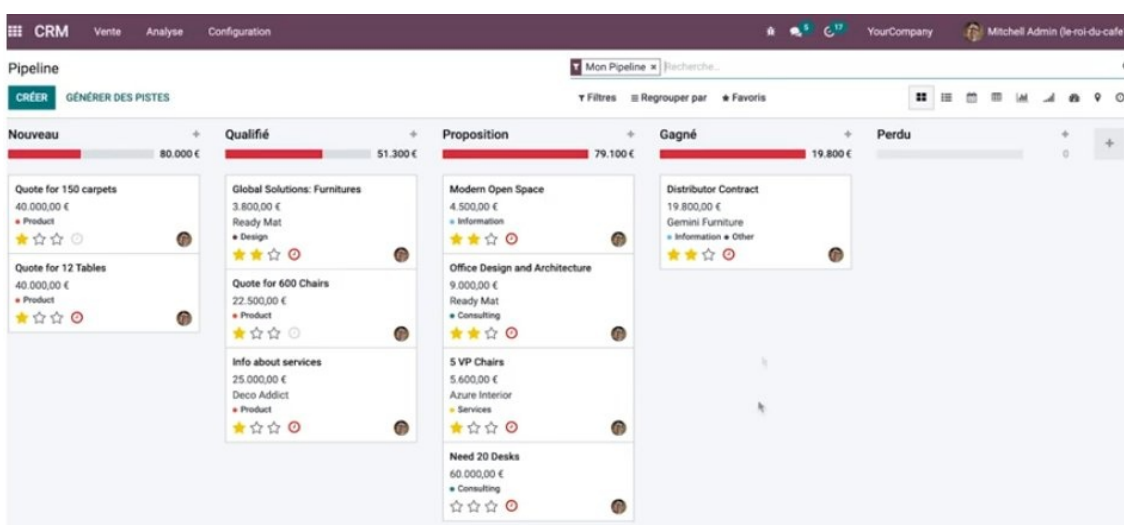
- <https://youtu.be/NWIRhjXASfE>



2.1- Définition

Le pipeline (ou "entonnoir de vente" en français) fait référence à **un modèle visuel** qui représente le processus de vente d'une

entreprise, du stade de la prospection jusqu'à la conclusion de la vente. Dans Odoo, il est **structuré par colonnes (vue Kanban)**.



Dans Odoo :

- Les colonnes représentent les étapes dans le processus de vente. Le nombre d'étapes dépend des entreprises. On conseille de ne pas dépasser 6 étapes dans Odoo.
- On peut agir sur chaque étape : plier, éditer, équipe en charge, ajouter une opportunité.
- Un code couleur indique si vous êtes en retard (rouge, vert et orange).
- **On peut utiliser les filtres** : Gagné, Perdu, Archivé, Date...
- **On peut utiliser des regroupements** : par vendeur, par équipe, par ville, par société...
- **Les favoris permettent d'importer des enregistrements via un tableur.**
- **Les vues permettent de changer de visualisation des données** (listes, calendrier, tableaux croisés, graphique, dashboard, géolocalisation, à faire)

2.2- Les menus

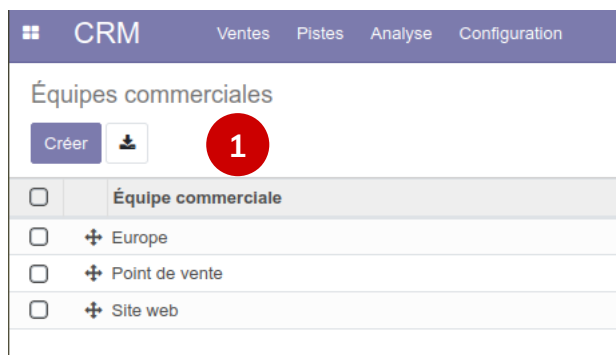
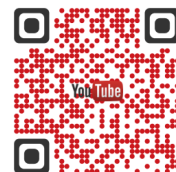
Icône	Légende (Raccourci)	Menu	Utilisation - Développement
Ventes Ventes Pistes Mon Pipeline Mes activités Mes devis Équipes Clients			
	Mon Pipeline	Ventes	Revenir au Pipeline.
	Mes activités	Ventes	Voir mes activités en cours.
	Mes devis	Ventes	Gérer mes devis
	Équipes	Ventes	Gérer mes équipes commerciales
	Clients	Ventes	Retrouver ici l'ensemble des contacts dans Odoo et pas seulement les réels clients.
Pistes			
		Pistes	Créer et gérer mes pistes commerciales
Analyse Co Pistes Pipeline Activités			
	Pistes	Analyse	Consulter des vues (graphiques, tableaux croisés) sur les pistes.
	Pipeline	Analyse	Consulter des vues (graphiques, tableaux croisés) sur le pipeline.
	Activités	Analyse	Consulter des vues (graphiques, tableaux croisés) sur les activités.

Icône	Légende (Raccourci)	Menu	Utilisation - Développement
Configuration	Configuration Configuration Équipes commerciales Types d'activités Pipeline Étiquettes Motifs de la perte		
	Configuration	Configuration	Configurer le module CRM (pour les administrateurs)
	Équipes commerciales	Configuration	Créer des équipes commerciales.
	Types d'activités	Configuration	Créer des types d'activités
	Étiquettes	Configuration > Pipeline	Créer des étiquettes (mots clés).
	Motifs de perte	Configuration > Pipeline	Créer des motifs de perte.

3- Équipes commerciales

Vous pouvez regarder le tutoriel vidéo **sur la création d'équipes commerciales dans le CRM d'Odoo** :

- <https://youtu.be/nPO2nj22yBw>



Équipe commerciale

1 Nom de l'équipe de vente...

2 ☐ Devis

3 ☒ Pipeline ☐ Pistes

4 ☐ Pistes

5 Chef d'équipe

6 Alias d'email

7 Accepter les emails de

8 Objectif de facturation

9 Ajouter

Membres de l'équipe

Envoyer un message Enregistrer une note

Aujourd'hui

Anthony Taubin
Création d'un nouvel enregistrement...

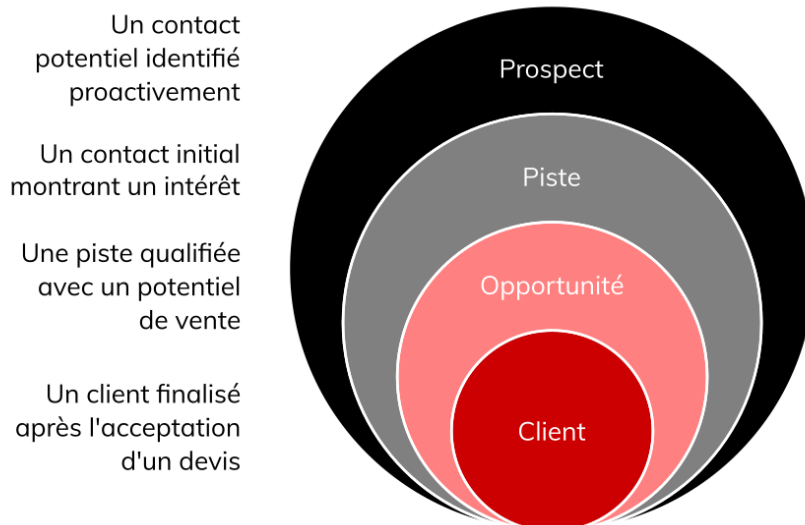
On peut créer des équipes commerciales via la commande **Configuration > Équipes commerciales**. Cela permet d'automatiser la réception de courriel dans le pipeline.

La création est très simple :

1. Cliquer sur « Créer »
2. Saisir un nom. Par exemple « Vente »
3. Choisir si elle peut générer des devis
4. Choisir les canaux : pipeline, piste
5. Choisir un chef d'équipe

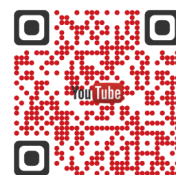
6. Saisir l'alias d'email : Les emails envoyés à cette adresse sera automatiquement envoyé dans les pistes ou les opportunités selon le choix fait au point 4.
7. Accepter les emails : Tout le monde ou Partenaires authentifiés ou Abonnés seulement
8. Saisir un objectif de facturation
9. Ajouter des membres (chef d'équipe, vendeurs, etc)

Processus de conversion des ventes



Vous pouvez regarder le tutoriel vidéo sur la création de pistes commerciales dans le CRM d'Odoo :

- <https://youtu.be/hYe03yaqLaA>



Convertir en opportunité Marquer comme perdue

Piste

Ex. : Tarification de Produit **1**

Probabilité

91,67 %

Nom de la société

Adresse

2

Rue...

Rue 2...

Ville État Code post

Pays

Site web

e.x. <https://www.odoo.com>

Langue

Vendeur

Anthony Taubin

Équipe commerciale

Site web

Nom du contact

Titre

Email

Postes

Téléphone

Mobile

3

Priorité

Étiquettes

4

Notes internes Info supplémentaires

Ajouter une description...

Envoyer un message Enregistrer une note Planifier une activité

Aujourd'hui

Anthony Taubin

Création d'un nouvel enregistrement...

Elles peuvent être générées automatiquement par Odoo si vous utilisez une version payante (via l'achat de crédit).

Vous pouvez aussi les créer manuellement et ensuite, si vous le souhaitez, les convertir en opportunité. Il suffit de cliquer « Créer » et de saisir les informations à votre disposition.

1. Nom de l'opportunité
2. Les infos dispo : nom, adresse, site, etc.
3. Priorité
4. Étiquettes

Si la piste s'avère sérieuse, on peut la transformer en opportunité et la lier ou pas à un client.

5- Opportunités

Vous pouvez regarder le tutoriel vidéo sur la création d'opportunités commerciales dans le CRM d'Odoo :

- <https://youtu.be/y17x4Wg8M5A>



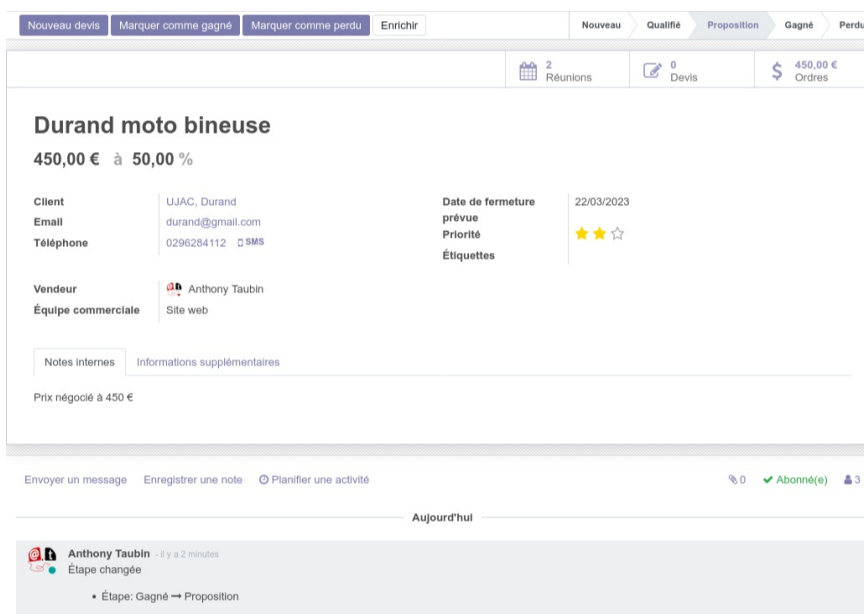
5.1- Étiquettes du pipeline

Les étiquettes sont éditables et déplaçables dans le pipeline (pour en changer le statut). Cela revient à faire passer une opportunité d'une étape à l'autre.

Autres possibilités :

- Relier l'opportunité à un client existant ou de le créer

- Assigner le commercial en charge
- Donner une date de fermeture : date limite pour convertir l'opportunité
- Choisir une priorité : une à trois étoiles
- Ajouter des étiquettes : sur quoi porte l'opportunité commerciale (produits, services, démo, informations, etc).



The screenshot displays the Odoo CRM interface for a lead named 'Durand moto bineuse'. At the top, there are tabs for 'Nouveau devis', 'Marquer comme gagné', 'Marquer comme perdu', and 'Enrichir'. Below these, a summary bar shows '2 Réunions', '0 Devis', and '450,00 € Ordres'. The main section contains fields for 'Client' (UJAC, Durand), 'Email' (durand@gmail.com), 'Téléphone' (0296284112), 'Date de fermeture prévue' (22/03/2023), 'Priorité' (3 stars), and 'Étiquettes'. The 'Vendeur' field is set to 'Anthony Taubin'. Below these fields, there are sections for 'Notes internes' and 'Informations supplémentaires'. At the bottom, there are buttons for 'Envoyer un message', 'Enregistrer une note', and 'Planifier une activité'. A notification bar at the very bottom indicates that the stage was changed from 'Gagné' to 'Proposition' by Anthony Taubin.

5.2- Création

Lors de la création d'une **nouvelle opportunité**, vous êtes amené à soit **sélectionner un contact** existant dans Odoo, soit à **en créer un**.

On peut affecter **les informations disponibles à ce stade**, affecter **une équipe commerciale**, etc.

On doit donner un nom à l'opportunité, on peut estimer un revenu espéré, donner une priorité (étoiles), donner une couleur pour la faire ressortir.

On peut :

- envoyer un e-mail (si disponible)
- envoyer une note à un collègue qui sera reprise dans le tchateur
- abonner des collègues (reçoit les notifications sur l'opportunité)
- planifier une activité : choses à faire avec le contact (courriel, appel téléphonique, fixer un RDV)

6- Activités

Une fois l'opportunité créée, on peut mettre en place des activités pour qualifier davantage le

lead. Il y a de nombreuses possibilités (courriel, appel téléphonique, fixer un RDV)

Vous pouvez regarder le tutoriel vidéo sur la création d'activités dans le CRM d'Odoo :

- <https://youtu.be/RE8-3Mil-K0>



Planifier une activité

Type d'activité: Email

Échéance: 26/02/2023

Résumé: Ex. : Proposition d'examen

À: Anthony Taubin

Planifier

Planifier une activité

Type d'activité: Rendez-vous

Résumé: Ex. : Proposition d'examen

Ouvrir le calendrier

Terminer et planifier le prochain

← Aujourd'hui → Jour Semaine Mois Année

Semaine 8 lun. 20 mar. 21 mer. 22 jeu. 23

Journée entière

09:00

10:00

11:00

12:00

13:00

14:00

15:00

16:00

nego prix

4

Créer: Rendez-vous

×

Document

Titre de l'évènement

nego prix

Participants

Anthony Taubin ✕ Sélectionnez les participants.▼

Détails de l'évènement

Options

Heure de début

20/02/2023 13:30:00

5

Étiquettes

Durée

00:30

heures

Rappels

Toute la journée

☐

Lieu

Description

6

Sauver

Annuler

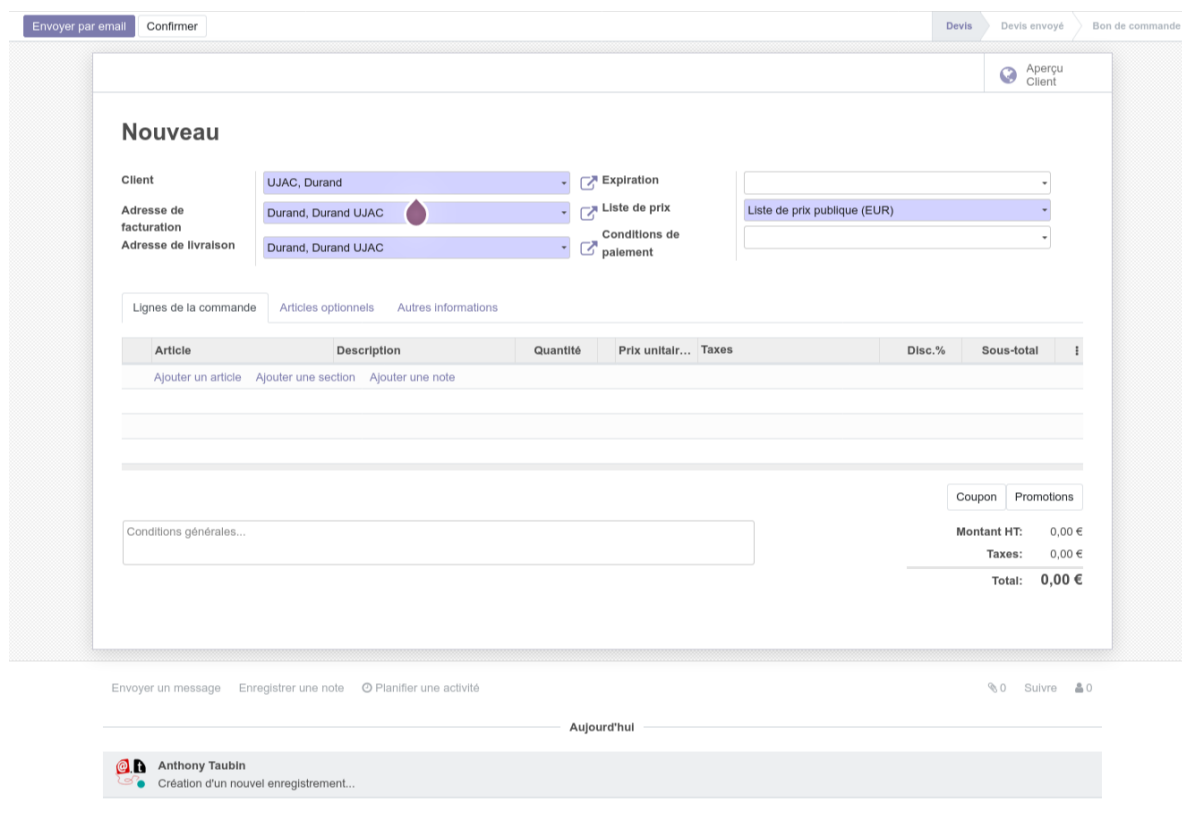
Exemple d'un RDV :

1. Choisir « Rendez-vous »
2. Saisir un résumé : par exemple « Négocier le prix »
3. Cliquer sur Ouvrir le calendrier
4. Placer l'activité dans le calendrier puis faire « Éditer »
5. Donner plus de détails (inviter d'autres personnes, donner une heure de début et de fin, organisateur, rappel, endroit, URL de la réunion, Étiquettes)
6. Faire « Sauver »

7- Devis

Vous pouvez regarder le tutoriel vidéo sur la création de devis depuis le CRM d'Odoo :

- https://youtu.be/Xc__pfFL7PE



The screenshot shows the 'Nouveau' (New) form in Odoo for creating a quote. The form is divided into several sections:

- Client:** UJAC, Durand
- Adresse de facturation:** Durand, Durand UJAC
- Adresse de livraison:** Durand, Durand UJAC
- Expiration:** (empty)
- Liste de prix:** Liste de prix publique (EUR)
- Conditions de paiement:** (empty)

Below these fields, there are tabs for 'Lignes de la commande', 'Articles optionnels', and 'Autres informations'. The 'Lignes de la commande' tab is active, showing a table with columns: Article, Description, Quantité, Prix unitair..., Taxes, Disc.%, and Sous-total. Below the table are links: 'Ajouter un article', 'Ajouter une section', and 'Ajouter une note'.

At the bottom right, there is a summary section with 'Coupon' and 'Promotions' tabs. The summary shows:

- Montant HT: 0,00 €
- Taxes: 0,00 €
- Total: 0,00 €

At the bottom of the form, there are links: 'Envoyer un message', 'Enregistrer une note', and 'Planifier une activité'. Below these links, there is a section for 'Aujourd'hui' (Today) with a user profile for Anthony Taubin and a status 'Création d'un nouvel enregistrement...'.

Une fois l'opportunité dans la colonne « qualifié » on peut générer un devis depuis le pipeline et faire le lien avec le module vente d'Odoo.

1. Cliquer sur « **Nouveau devis dans l'étiquette de l'opportunité** »
2. Saisir le devis
3. Envoyer par e-mail

4. Attendre la confirmation du client
On peut passer l'opportunité dans la colonne « **proposition** ».

En fonction du retour du client, on peut passer l'étiquette vers Gagné ou Perdu. Il est intéressant de spécifier les raisons de la perte pour améliorer le pipeline (prix, temps, etc).

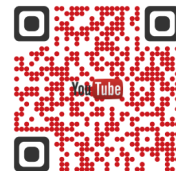
8- Commande, BL et Facture

Il est ensuite très simple de transformer un devis en commande (Confirmer) puis d'éditer

un bon de livraison puis une facture.

Vous pouvez regarder le tutoriel vidéo sur la création de commandes, de bons de livraison et de factures dans le module Ventes d'Odoo :

- https://youtu.be/eSVNjPBhx_Q



9- Cas pratique

L'entreprise Algoflash, leader du marché du jardinage amateur, a conçu une gamme de produits pour toutes les étapes de la vie de vos végétaux. Elle s'appuie sur une équipe de commerciaux des Serres UJAC qui démarchent les jardinerie, LISA et GSB

pour la région de Loudéac.

Elle dispose aussi d'un showroom aménagé aux Serres où les commerciaux présentent leur gamme de produits de terreaux, engrais, entretien du Gazon, soin des plantes et anti-nuisibles.



Publié le 28/03/2024

COMPO Stand T04 - JDC

Exit la bille d'argile expansée !

Pour remplacer la bille d'argile expansée dont la fabrication est très énergivore, Compo lance les granulés de pierre ponce Granuplant® Algoflash Naturasol. Multi-usages, ces granulés s'utilisent comme drainage, en déco, en mélange dans le terreau ou en culture hydroponique. Sans aucune transformation énergétique, ce produit 100% naturel bénéficie d'une empreinte carbone réduite et s'inscrit dans la démarche durable de Compo. Disponible en sac de 10L.

Sourcing Produits Jardin

Source article :

<https://habitat.zepros.fr/sourcing-produits/exit-bille-argile-expandee>

Pour accompagner son développement, l'entreprise a décidé de commercialiser un nouveau produit les granulés de pierre ponce appelé "Granuplant". L'entreprise vient de participer au dernier salon JdC Garden Trends à Marseille. Lors de cet événement, Eric Meyer, un commercial a collecté un fichier de

21 contacts des Côtes d'Armor intéressés par une documentation du Granuplant. L'entreprise Les Serres UJAC est équipé du logiciel Odoo CRM. M. Jung, le Directeur de l'entreprise vous a recruté(e) au poste de commercial(e) junior pour assurer l'animation et la vente à distance des nouveaux produits.

9.1- Mission

Votre mission est de réaliser la saisie des contacts au sein du logiciel Odoo Contacts et de mettre en place une campagne

d'e-mailing, puis organiser une relance téléphonique afin d'obtenir des RDV avec le commercial de la jardinerie.

9.1.1- Campagne d'e-mailing

M. Jung vous demande de préparer la campagne d'e-mails pour présenter le Granuplant.

Il vous communique le fichier tableur **Contacts-Loudeac.ods** créé par Eric Meyer lors du Salon JdC Garden Trends. Il est disponible en téléchargement sur Moodle.

1- Le premier travail consiste à rentrer chacun un contact dans **Odoo > CRM >**

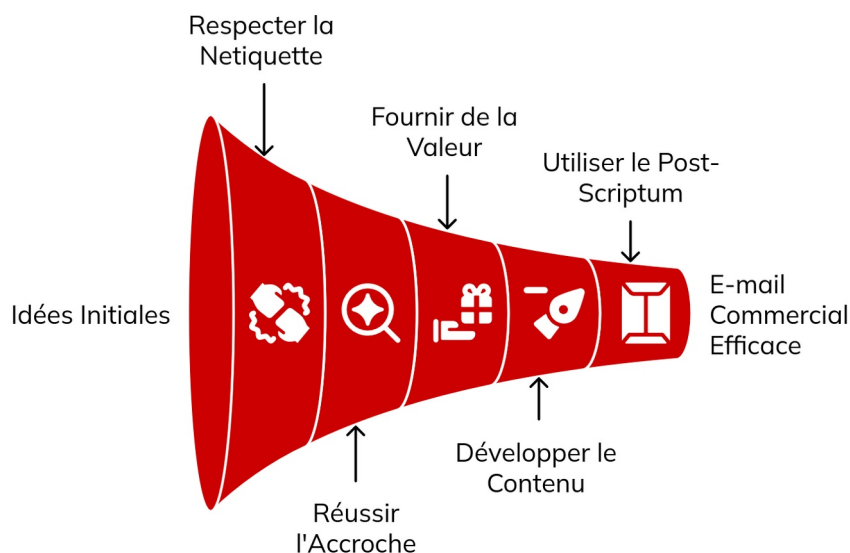
Pipeline



2- Le second travail consiste à proposer le contenu de l'e-mail commercial, dans

Odoo :

Conseils commerciaux :



M. Jung vous communique quelques conseils pour rédiger votre e-mail commercial

1. **Réussir son accroche commerciale (le titre de l'e-mailing)**

Une accroche commerciale efficace doit être capable de susciter la curiosité et donner envie de découvrir la suite de l'e-mailing. Il faut donc véhiculer une promesse à travers l'accroche.

2. **Les premiers mots de la lettre commerciale**

Vous devez fournir à votre prospect ce qu'il attend avec le maximum de valeur ajoutée. Vous devez donc mentionner dès les premiers mots la promesse de bénéfice, la réponse aux problèmes de votre prospect, la satisfaction de ses attentes.

3. **Le contenu du message commercial**

Adressez-vous au prospect en utilisant le « vous », parlez-lui de sa situation, de

ses besoins, de ses motivations d'achat en utilisant des termes simples et compréhensibles. Vous devez tenter de convaincre votre lecteur que les caractéristiques de votre produit ou service présentent tous les avantages qu'il recherche. Il faut mettre en avant les bénéfices et la satisfaction qu'il pourra en tirer.

4. **Le post-scriptum**

Le P.S est l'élément le plus important après l'accroche, car le lecteur est souvent pressé. Il a pris l'habitude de lire ses e-mails rapidement. Son attention va donc se porter sur l'accroche puis sur la signature pour savoir qui lui écrit. Il s'agit d'utiliser votre meilleur argument commercial (innovation majeure, promotion ou remise exceptionnelle, exclusivité...).

Rappel sur la Netiquette :

C'est l'ensemble des règles de savoir-vivre et de politesse à respecter sur le web. En milieu professionnel, elle est cruciale pour préserver

votre crédibilité et maintenir des relations de travail saines.

1. **La structure et la clarté**

- **Un objet explicite :** Il doit être court et résumer précisément le contenu.
- **Une salutation adaptée :** Commencez toujours par une formule de politesse.

- **Le principe "Un mail = Un sujet" :** Pour faciliter le suivi et l'archivage, évitez d'aborder trois projets différents dans le même message.

2. **Le ton et la courtoisie**

- **Restez professionnel** : Évitez l'argot, les abréviations type SMS et l'humour trop familier.
- **Attention aux majuscules** : ÉCRIRE

EN MAJUSCULES EST PERÇU
COMME DES CRIS.

- **Modérez les émojis** : Dans un cadre formel, ils sont à éviter.

3. **La gestion des destinataires**

- **Le champ "À"** : Pour les personnes directement concernées qui doivent agir.
- **Le champ "Cc" (Copie conforme)** : Pour les personnes informées mais qui n'ont pas d'action à faire.
- **Le champ "Cci" (Copie invisible)** : À utiliser pour protéger l'anonymat

des destinataires lors d'envois groupés externes.

- **"Répondre à tous"** : Utilisez cette fonction avec une extrême prudence pour ne pas polluer la boîte de réception de collègues non concernés par votre réponse spécifique.

4. **Les pièces jointes et la mise en forme**

- **Poids des fichiers** : Évitez d'envoyer des fichiers trop lourds (plus de 5 Mo) sans prévenir. Privilégiez les liens de partage ou la compression.
- **Nommage des fichiers** : Donnez un nom clair à vos documents (ex:

Note_Synthese.pdf plutôt que Document1.pdf).

- **Relecture** : Les fautes d'orthographe nuisent à votre image de marque. Utilisez un correcteur si besoin.

5. **La conclusion et le suivi**

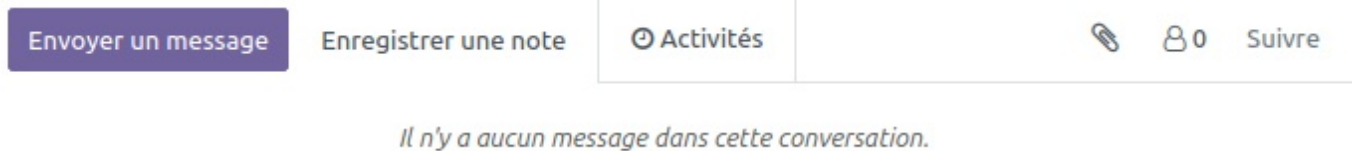
- **La signature professionnelle** : Elle doit inclure votre nom, prénom, poste, entreprise et vos coordonnées (téléphone, site web).
- **Délais de réponse** : La politesse

veut que l'on réponde sous 24h à 48h. Si vous manquez de temps, envoyez un court message pour accuser réception et indiquer quand vous traiterez la demande.

Il vous communique aussi l'adresse du site pour obtenir les ressources et informations nécessaires à la création de l'e-mail.

<https://www.algoflash.fr/nos-produits/terreaux/amendements-et-paillages/granuplant-pierre-ponce-algoflash-naturasol>

Vous pouvez rédiger le message dans la partie droite de l'écran de votre contact dans Odoo.



9.1.2- Script d'appel

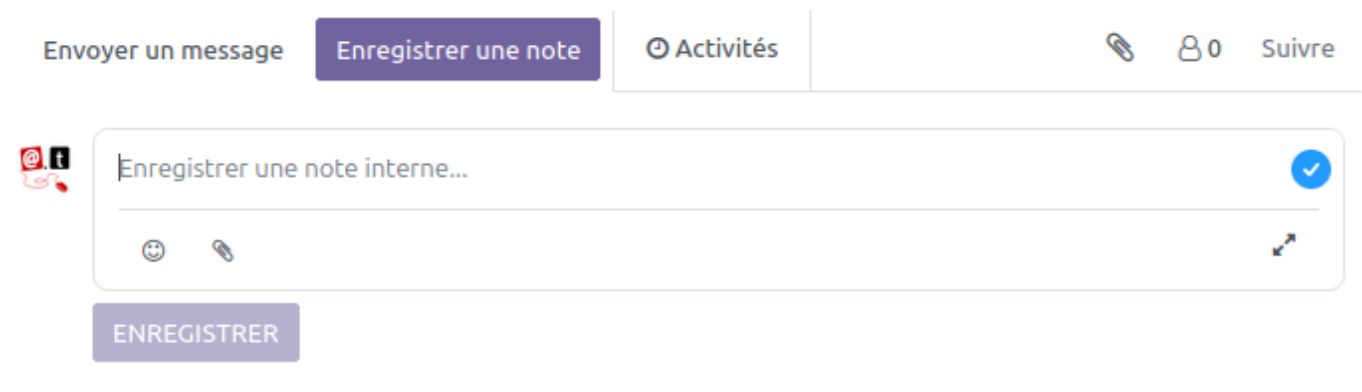
M. Jung souhaite que vous réalisiez une relance téléphonique 3 jours après l'envoi de l'e-mailing.

Pour cela, il souhaite que vous lui soumettiez un script d'appel pour Eric Meyer.

Votre accroche sera de rappeler l'e-mail reçu par le prospect. Vous devrez ensuite découvrir son avis, ainsi que ses besoins. Pour finir,

vos objectifs seront de décrocher un rendez-vous de démonstration avec le chef du rayon du magasin.

Vous devrez rédiger ce script dans une note dans la fiche de votre opportunité dans Odoo afin qu'il puisse être réutilisé lors des prochaines campagnes d'e-mailing.



Conseils

M. Jung vous communique quelques conseils pour réussir un entretien téléphonique. Pour retenir l'attention de votre interlocuteur tout au long de la conversation et optimiser votre chance d'obtenir un rendez-vous, il faut une certaine organisation dans l'agencement des éléments du script téléphonique.

Votre script d'appel doit donc contenir :

1. **Une phrase d'accueil** : « Bonjour Monsieur/Madame..., je suis..., de la société... ».
2. Il faut ensuite **exposer les raisons de l'appel** en parlant de votre

interlocuteur.

3. **Une accroche** qui parle de votre interlocuteur et de sa problématique.
4. Passez ensuite **à la phase d'échange** avec votre interlocuteur. C'est là que vous posez des questions et répondez aux interrogations et/ou objections.
5. Une **phase de silence pour écouter** et **engager** votre interlocuteur.
6. En dernier lieu vous pouvez **proposer le rendez-vous dans une conclusion** en reformulant les points importants de la conversation.
7. **Prenez congé** en vous assurant des suites à donner.