



CASE STUDY:

PFIZER

INDUSTRY:

Santé Pharmaceutique

COUNTRY:

Nouvelle-Zélande

B2BE SOLUTIONS:



Développement personnalisé

EN UN COUP D'ŒIL**OBJECTIF ENTREPRISE**

La société pharmaceutique Pfizer New Zealand souhaitait moderniser son système de prise de commandes en fournissant aux petites et moyennes entreprises, qui ne pouvaient pas se permettre l'EDI, un moyen de commander électroniquement ses produits.

BENEFICES ENTREPRISE

Grâce à un système qui transforme les commandes en ligne en messages EDI, Pfizer est en mesure d'élargir sa base de clients plus petits sans avoir à ajouter du personnel à son service client. Le système bidirectionnel permet également aux clients de voir l'état de leur commande en ligne, plutôt que d'avoir à communiquer avec le service client par téléphone ou par télécopieur.

La société pharmaceutique Pfizer modernise la prise de commandes en mettant en œuvre un système de commande basé sur le Web

La société pharmaceutique Pfizer New Zealand a mis au point un remède universel au commerce électronique - un système permettant d'élargir la possibilité de passage de commande électronique à tous les clients - et pas seulement à ceux qui peuvent se permettre de disposer d'un système EDI entièrement intégré.

Alors qu'une grosse poignée de clients importants de la société basée à Auckland commerce déjà avec eux par échange de données électroniques, ou EDI, Pfizer compte des centaines d'autres entreprises telles que des vétérinaires, des grossistes médicaux et des services de santé, qui dépendent toujours du téléphone et du fax pour passer et suivre les commandes.

Avec le spécialiste de la messagerie interentreprise B2BE (alors appelé The ECN Group en Nouvelle-Zélande), le fournisseur de services EDI de Pfizer, Pfizer a trouvé un moyen de donner accès à ses clients, petits et moyens, au monde du commerce électronique.

La solution de commerce électronique est le e-Cat™, qui permet aux clients de commander des produits Pfizer via un portail Web hébergé chez B2BE, qui traduit les commandes en messages EDI pour les faire aboutir dans le système ERP de Pfizer. "C'est comme un panier d'achats interentreprises gonflé aux stéroïdes, car il a des règles spécifiques pour différents clients, qui sont définies par Pfizer", explique Michelle Newsome, spécialiste du commerce électronique chez B2BE.

En fonction du type de clientèle de Pfizer (santé animale, produits pharmaceutiques ou Capsugel, le premier fournisseur mondial de gélules pour les produits pharmaceutiques et les compléments alimentaires), il est possible d'avoir différents catalogues de produits, des quantités minimales de commande et les prix correspondants, tous pouvant être définis pour des utilisateurs individuels.

Doug Cowie, partenaire client et gestionnaire de la prestation de services chez Pfizer, affirme que l'e-Cat™ est une réponse pragmatique pour "ceux dont les systèmes ne sont pas assez sophistiqués pour être compétitifs dans le monde du commerce électronique".

"e-Cat™ offre une interface aisée d'accès à l'EDI pour les personnes qui ne l'ont pas et qui ne peuvent pas se le permettre

Doug Cowie, partenaire client de Pfizer et gestionnaire de la prestation de services

PFIZER

Pour Pfizer, cela signifie une réduction du nombre de commandes qui doivent être entrées manuellement dans son système principal. En fin de compte, à mesure que les commandes par téléphone et par télécopieur se tarissent, le personnel pourra être plus proactif dans ses interactions avec les clients.

Cela signifie également qu'à mesure que la clientèle de l'entreprise augmentera, grâce à l'acquisition en juin 2009 de Fort Dodge et de Wyeth, fabricants de produits de santé animale, de produits pharmaceutiques, de produits nutritionnels et de produits de consommation, la prise de commandes plus efficace devrait lui éviter d'avoir à embaucher du personnel supplémentaire.

Un sondage réalisé l'année dernière par Pfizer chez ses clients suggère que l'e-Cat™ sera populaire. La moitié de leurs clients ont dit qu'ils utiliseraient l'option de commande en ligne, et la moitié de ceux-ci ont indiqué qu'ils le feraient immédiatement.

Au milieu de cette année, et quelques mois après sa mise en service, 35 clients avaient commencé à l'utiliser, et Pfizer le présentait progressivement à plus de 150 autres utilisateurs potentiels.

«Ce que nous faisons, c'est dire au reste de nos clients que c'est disponible dès maintenant », explique M. Cowie. « Nous ciblons activement des groupes de 15 ou 20 personnes à la fois parce qu'il est bon de bien gérer l'intégration de nos clients, notamment en ce qui concerne la configuration des comptes par un administrateur et la configuration correcte des utilisateurs. »

L'utilisation du portail est gratuite pour les clients, et il est difficile d'y voir un obstacle. Le portail est conçu avec des formulaires types qui permettent de passer rapidement des commandes répétées. De plus, les informations peuvent être consultées de deux manières pour voir le statut de leur commande et les détails de leur facture.

B2BE a été heureux d'ajouter une autre fonctionnalité, la possibilité de voir la disponibilité des articles dont les commandes sont en souffrance, après qu'une poignée de clients qui ont pris part à un projet pilote initial aient déclaré que cela serait utile.

Jo Ross, gestionnaire des opérations d'Ecopharm, affirme que le système a rendu la commande des produits que son entreprise fournit aux établissements d'élevages de

porcs à l'échelle nationale plus efficace et plus précise.

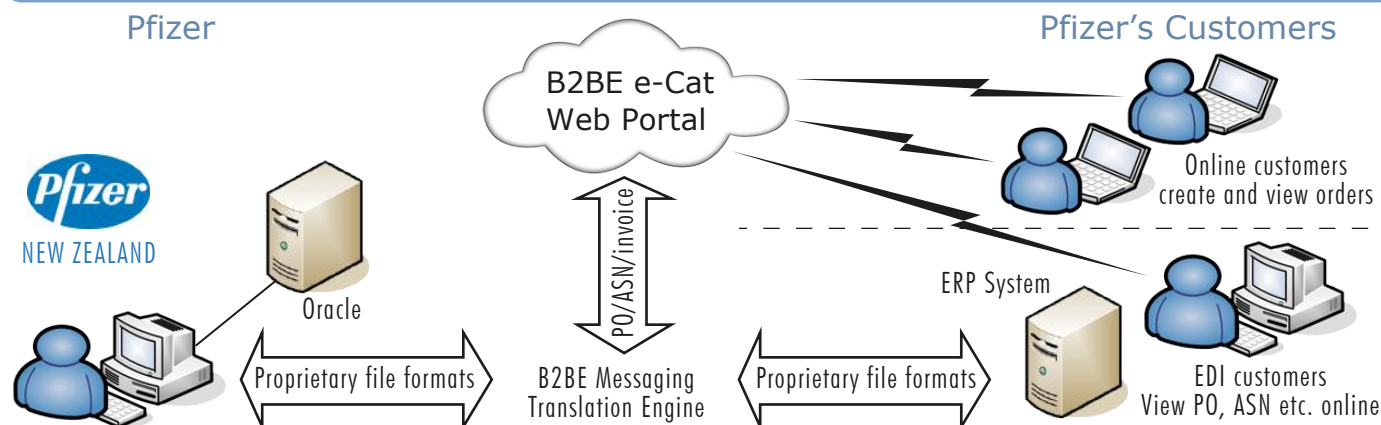
« Une fois que j'ai passé des commandes et que le système les a confirmées, tout est complété et terminé », explique Ross. Elle doit passer moins de temps à communiquer avec Pfizer, mais elle a acquis plus de contrôle sur le processus de commande.

La seule objection que pourraient avoir les clients est que les commandes saisies en ligne ne se retrouvent pas automatiquement dans leur propre système principal, explique M. Cowie. La réponse est que le portail permet à un client d'exporter des commandes sous forme de fichier de données pour les importer ou les copier et les intégrer dans le système qu'il utilise. Cette option est utile pour les fonctions de confirmation de commande et de réception de commande.

Mais s'ils sont à la recherche d'une solution plus transparente, la solution EDI est la seule solution.

«Nous les encouragerions à le faire et nous assumerions une partie des coûts», explique M. Cowie.

Pfizer Messaging with B2BE e-Cat



PFIZER

Le plus grand gain de Pfizer sur le portail ne sera peut-être pas de modifier la façon dont les petits clients passent leurs commandes, mais une réduction potentielle des contacts du service client avec les utilisateurs EDI existants.

“L’e-Cat™ est un outil complet en ce sens que même si un client n’entre pas de commande via le système, il peut toujours en suivre l’état”, explique M. Cowie. “C’est important parce que certains des gros clients que nous avons depuis six ans sur EDI devaient encore appeler et vérifier le statut de la commande, ou la disponibilité des produits dont les commandes étaient différées.

“Nous allons retourner voir ces clients EDI et leur dire que nous avons cette capacité maintenant, c’est donc plutôt du self-service. Ils n’ont pas besoin d’appeler notre service client pour vérifier les commandes.”

Comme l’entreprise commence à

traiter avec de nouveaux clients à la suite des acquisitions de l’an dernier, elle envisage l’option d’utiliser le portail comme moyen privilégié d’interagir avec des clients spécifiques dans certains canaux de vente.

“Certains de ces clients sont si petits que nous cherchons à savoir si la seule façon dont ils peuvent traiter avec nous est en ligne, plutôt que par l’intermédiaire de notre service client, afin que nous n’ayons pas à engager plus de personnel pour accueillir ce nouveau canal de vente.”

Même relativement peu de temps après la mise en œuvre du portail, Pfizer considère le projet comme un succès.

“Il offre un bon front-end à l’EDI pour les personnes qui ne l’ont pas et qui ne peuvent pas se le permettre”, affirme M. Cowie. L’e-Cat™ permet à tous ses clients de profiter des avantages du commerce électronique à faible coût.