



Sociedade Michelin Participações
Indústria e Comércio Ltda.
Rio de Janeiro, RJ, Brasil
www.michelin.com.br

Indústria:

Manufatura Industrial

Faturamento Anual:

US\$ 1 bilhão (América Latina)

Funcionários:

3700

Produtos & Serviços

Oracle:

Siebel CRM Base
Siebel Sales
Siebel Contact Center

Parceiro Oracle:

Deloitte.

Deloitte Consulting
www.deloitte.com.br

“Não conseguiríamos sobreviver neste mercado tão competitivo sem um sistema como o Siebel CRM, hoje fundamental para todos os processos da Michelin. O sucesso foi tanto que outras unidades do Grupo Michelin também implementaram o produto. A idéia é que no futuro próximo, seja um sistema global do grupo.” – Cristiane de Lucas, Diretora de Sistemas de Informação, Sociedade Michelin Participações

Michelin Alimenta Força de Vendas com Visão 360 Graus do Cliente, Gerando Inteligência Competitiva

Fundada em 1891 pelos irmãos André e Edouard Michelin, a empresa chegou ao Brasil em 1927. Hoje, está presente no país com três Unidades Industriais e duas Unidades Agrícolas (plantações), e emprega mais de 5 mil pessoas direta e indiretamente. Produz e comercializa no país pneus, câmaras de ar e protetores, e exporta seus produtos para Argentina, Colômbia, Chile, Venezuela e Peru.

Desafios

- Criar uma visão integrada do cliente com o uso de uma ferramenta de CRM, compartilhá-la internamente com marketing e vendas e, posteriormente, integrá-la ao ERP da empresa
- Reduzir o tempo de atendimento do call center, principalmente em caso de reclamações
- Centralizar e alimentar a força de vendas com informações relevantes, gerando negócios de maior valor agregado
- Integrar as ferramentas Oracle com a extranet das revendedoras de produtos Michelin, inserindo diretamente os pedidos no sistema da empresa

Soluções

- Implantou o Siebel Call Center, reduzindo em 50% o tempo de tratamento de reclamações dos clientes
- Centralizou todas as informações de maneira segura e disponibilizou aos 150 vendedores uma visão 360 graus de cada cliente, preparando-os para cada visita, quando coletam informações estratégicas, gerando inteligência para a empresa
- Reduziu dramaticamente o tempo de levantamento de todas as vendas, feito anteriormente duas vezes por ano devido à dificuldade de consolidar as informações, sendo que hoje ele é fechado diariamente
- Direcionou de maneira correta os investimentos em ações de marketing, sabendo hoje qual o público correto para cada produto, gerando um retorno maior e de mais qualidade
- Integrou o Siebel com o ERP JD Edwards, podendo hoje gerar pedidos e faturar mais rápido do que anteriormente