

1 E R M A R S 2 0 1 2

LE RENDEZ-VOUS SOLUTIONS SERVICES d e B A S F A g r o



ÉDITO



Jérôme Tournier
Responsable du pôle Services BASF Agro

Voici le nouveau numéro de notre Rendez-vous Solutions Services avec toujours comme objectifs :

1/ Vous apporter de la valeur ajoutée «services» et c'est ce que vous retrouverez dans l'article de notre expert JP Gallon : avec un descriptif des caractéristiques propres à un service.

2/ Profiter de ce début d'année pour partager l'actualité de nos principaux services.

Avec les Solutions Services, BASF Agro vous propose une offre « souple et adaptée» à vos besoins et vous accompagne dans sa mise en œuvre. A vous de construire, personnaliser votre service en fonction des différentes options que vous aurez choisies.

Parce que chaque question est importante, Basf Agro construit les solutions services de BASF Agro.

Cultivons l'innovation autrement

BASF

The Chemical Company

JP Gallon SoluCOM

« Des caractéristiques propres aux services qui les différencient des produits »

Maîtriser un ensemble de contacts

Maîtriser les contacts constitue le savoir-faire principal des sociétés de services. En effet, le service ne sort pas d'une usine après avoir subi un contrôle qualité. Il est immatériel, réalisé tous les jours par des acteurs qui doivent assumer une succession de contacts pour satisfaire le

client. C'est la grande différence avec les produits tangibles, qui requiert une véritable évolution des mentalités des entreprises à caractère industriel. L'acquisition d'une nuit d'hôtel est un exemple parlant : c'est la possibilité d'avoir des contacts successifs allant de la réception à l'arrivée jusqu'au

check out de départ. A la différence du produit, le client n'est pas propriétaire du service qu'il achète. Il doit suivre un processus pendant un certain temps. Maîtriser une succession de contacts clients est la compétence clé des sociétés de services.

Le service n'est pas tangible

Le Service est un ensemble d'interactions que le client a du mal à comprendre et à juger avant l'achat. En conséquence, il se fera un avis et se forgera une opinion d'abord sur l'accessoire, n'ayant pas la possibilité d'apprécier l'essentiel (c'est le médecin qui « paraît trop jeune » par exemple). La non tangibilité, la simplicité apparente des services, laissent par ailleurs penser au client que le prix du service est injustifié (syndrome de l'iceberg).



Le client est un acteur du processus

Le client doit souvent coopérer avec la société de services, devenant ainsi un contributeur de sa propre satisfaction.

Ex : l'agriculteur fournit des données, utilise Internet... Il y a donc un risque de contre-performance de sa part qui peut nuire à sa satisfaction. C'est malgré tout la société de services qui sera considérée comme responsable de tout par le client.



Le client ne possède pas le service

La conception de la stratégie de désherbage avec l'agriculteur dans le cadre du service Atlas est par exemple l'une des étapes clés qui sera déterminante pour la satisfaction globale de l'agriculteur.

Celle-ci ne pourra être mesurée qu'après l'utilisation du service par le client.

Les résultats positifs du service ne sont pas spontanément perceptibles

Il faut en effet constater que l'on se souvient des trains qui sont en retard et jamais de ceux - pourtant très nombreux - qui sont à l'heure. Dans l'esprit du client, ce sont en général, les contre-performances, même exceptionnelles, qui vont affecter l'image globale du service. Il est donc crucial de valoriser en permanence les réussites.

Ces quelques caractéristiques majeures du service doivent être prises en compte dès l'élaboration de sa stratégie service.

Une nouvelle communication construite sur notre culture



CULTURE DE LA CONNAISSANCE CLIENT

Par l'observation de vos pratiques, de votre fonctionnement, etc... parce que chaque entreprise est spécifique, nous tenons compte de votre culture pour construire ensemble le bon schéma de déploiement du service.

Exemple : *Atlas* est l'accompagnement personnalisé des équipes de vente à la connaissance et à la vente du service aux agriculteurs.

CULTURE DU DIALOGUE

Dialoguer, trouver les bonnes solutions et répondre à vos questions dans les plus brefs délais : un accompagnement de proximité et une hot line dédiée sont à votre disposition pour répondre à vos questions.

Exemple : *Observ'On Line*, 90% des appels sont réglés dans la journée.

CULTURE DE L'ÉCOUTE

Mieux cerner vos besoins. Proposer une combinaison de modules en réponse à l'expression de votre besoin afin de répondre au mieux avec votre solution service adaptée.

Exemple : rendez-vous découverte clients, accompagnement des animateurs du service, rendez-vous bilan, échanges sur les évolutions futures au cours de nos rendez-vous club Solutions Services.

Focus sur Nos principaux Services

atlas Toujours plus d'agriculteurs satisfaits

Le service Atlas permet au distributeur de délivrer aux agriculteurs un conseil personnalisé à la parcelle.

La constante augmentation du nombre d'agriculteurs adhérent à ce service démontre l'intérêt d'un accompagnement autour du pilotage de la protection des cultures.

Que ce soit sur l'optimisation de la protection fongicide en saison (module Atlas lutte contre les maladies du blé) ou sur la gestion durable du désherbage dans la rotation (module Atlas désherbe grandes cultures) les agriculteurs utilisateurs reconnaissent le triple bénéfice : optimisation technique de leurs pratiques, gain de rentabilité et bénéfice en terme d'anticipation et d'organisation de leur chantiers.

La pertinence du conseil délivré aux agriculteurs et l'accompagnement de leurs techniciens engendrent **un taux de satisfaction de plus de 90% des utilisateurs de service.**



OBSERV' OnLine 2012 l'année de l'innovation

Si Observ'OnLine est aujourd'hui totalement intégré dans le quotidien de nos clients, c'est qu'ils disposent avec ce service de synthèses d'observations pertinentes.

SYNTHESES PERTINENTES ET RAPPORTS CARTOGRAPHIQUES FACILITÉS

En 2011, la version 2012/2013 propose des synthèses encore plus adaptées au besoin de chacun et des rapports cartographiques facilités ; autant d'atouts pour rédiger au plus vite une alerte, un flash technique à vos agriculteurs ou pour prendre une décision.

DISPONIBLE SUR IPHONE®

Au delà des bénéfices les plus cités par nos observateurs : le confort de saisie, l'efficacité, le gain de temps, l'atout N°1 reste la mobilité ; pour assurer la qualité des remontées sur le lieu même de l'observation. Cette année en lançant notre application sur iPhone®, Observ'OnLine va donc bénéficier en plus de tous les atouts iPhone® : lisibilité de l'écran, rapidité d'exécution, et ergonomie facilitée pour ne reprendre que les plus différenciants.

EVIDENCE Plus d'efficacité et moins d'impact sur l'environnement

C'est le **bénéfice du service Evidence proposé par BASF Agro en vigne**. Basé sur Pulvé top, le banc d'essai mis au point par l'Institut français de la vigne (IFV), il permet une évaluation visuelle de la qualité de la pulvérisation et l'optimisation des réglages du matériel du viticulteur.

Le service Evidence permet de réaliser un diagnostic dynamique et visuel de la qualité de pulvérisation. L'objectif est d'optimiser le réglage de la répartition de la pulvérisation pour une plus grande efficacité et un moindre impact sur l'environnement. Le service Evidence est réalisé dans les conditions de traitement du viticulteur. Il est valable pour tous types de vignes palissées et pour le plus grand nombre de pulvérisateurs.



Avant réglages du pulvérisateur :
Hétérogénéité de la pulvérisation



Après réglages du pulvérisateur :
Homogénéité de la pulvérisation

