FMC: Alinhando Tradição com Inovação através da Integração de Pessoas e Processos com Soluções de TI

Com o crescimento acelerado, uma das mais tradicionais empresas do Brasil em produtos agrícolas precisava redesenhar seus processos, reforçar o poder de decisão, e otimizar força de vendas. A FMC optou pelo SAP ® Customer Relationship Management para melhorar a agilidade e confiabilidade das informações - desde a definição de preços do produto até o registro de pedidos de compra.

Visão Geral

Companhia
FMC Agricultural Products (FMC APG)

Localização
Campinas, São Paulo, Brasil

Indústria
Produtos Químicos

Produtos e Serviços
Inseticidas, herbicidas e fungicidas para a agricultura

Funcionários
5.000 (mundial)

Faturamento
US$ 3 bilhões (mundial)

Web Site
www.fmcagricola.com.br

Parceiro
BBKO Consulting

TRANSFORMAÇÃO DE NEGÓCIO

Principais objetivos da companhia
- Otimizar o desempenho da força de vendas
- Reduzir o tempo para coleta de informações
- Melhorar a qualidade da informação para aumentar o poder de decisão
- Unificar a entrada de pedidos de vendas e sistemas de faturamento

Resolução
- Projetou cenários empresariais antes de escolher uma solução
- Implementou o SAP CRM integrado ao SAP ERP já existente, em apenas 6 meses
- Seleção em escala ponderada, com pontuação mais alta para o SAP CRM

Pricipais benefícios
- Maior visibilidade dos dados e redução do tempo do ciclo de vendas
- Melhor consistência dos dados aposentando múltiplas aplicações e interfaces
- Melhor capacidade de atualização ou de integração de novos sistemas

Leia mais

"Com a adoção do SAP CRM e a visibilidade das informações e dados que conseguimos, o processo de vendas da FMC APG agora goza de um ciclo mais curto, desde o primeiro contato até a aprovação da fatura."
Fernanda Gorgulho, Analista SAP, FMC Agricultural Products

PRINCIPAIS BENEFÍCIOS ALCANÇADOS

93%
Menos tempo necessário para aprovar pedidos de compra

99%
Menos erros de entrada de dados para novos pedidos

99%
Menos tempo necessário para preparar os dados para auditorias

Veja mais métricas

Visão geral

Objetivos da companhia

Resolução

Transformação de negócio

Planos futuros

Avaliar cuidadosamente e escolher uma solução pela agilidade

Sediada no Brasil e construída sobre tradições iniciadas há mais de 130 anos, a FMC Agricultural Products (FMC APG), uma subsidiária da FMC Corporation, reconheceu a necessidade de alinhar seus processos tradicionais com a tecnologia. Precisava operar com mais agilidade e reduzir o tempo de coleta e melhoraria nas informações para tomada de decisões.

A FMC APG enfrentava desafio de unificar as entrada de pedidos de vendas e sistemas de faturamento. Em seus processos de vendas comerciais, a subsidiária FMC tinha, ao longo do tempo, instalado três aplicações diferentes de vendas, e construído mais de 55 interfaces, muitas das quais podiam ser eliminadas por meio de uma solução única e integrada. Um plano de otimização de negócios para o país incentivou a FMC a otimizar os processos comerciais em seu território brasileiro com a implementação de uma solução de gestão de relacionamento com clientes.

Depois de organizar uma equipe composta de executivos e líderes de TI, a FMC APG embarcou em uma busca diligente da solução CRM adequada. Critérios foram definidos e receberam um peso, incluindo licenças de implantação e os custos de serviços, escalabilidade com outros investimentos em TI, tempo e complexidade de implementação, custo total de propriedade (TCO), e força da plataforma. Após a avaliação ter sido concluída, a FMC escolheu a solução SAP CRM. "De todas as soluções de CRM que avaliamos, o SAP CRM teve a pontuação mais alta", diz Fernanda Gorgulho, Analista SAP da FMC Agricultural Products.

"Precisávamos otimizar os processos comerciais de vendas. A empresa entendeu que era hora de combinar tradição e tecnologia, utilizando uma solução de CRM."

Fernanda Gorgulho, Analista SAP, FMC Agricultural Products

Visão geral

Objetivos da companhia

Resolução

Transformação de negócio

Planos futuros

Otimizando processos da força de vendas

O projeto de seleção de soluções da FMC APG chamado "Crop System Project FMC" foi lançado no início de 2010. A busca para encontrar e implementar a solução de CRM mais abrangente para ajudar a gerenciar os processos de vendas da subsidiária resultaram em contato intenso entre as unidades de negócios e TI. Profissionais de cada uma das unidades foram designados para o projeto, visando garantir a melhor solução para cada área do negócio. A partir de informações recolhidas em suas reuniões, a equipe criou cenários empresariais que levaram a redesenho de processos que não só atenderam aos requisitos atuais, mas também anteciparam futuras necessidades.

A equipe do projeto incluiu consultores locais a partir de um provedor de serviços de implementação, a BBKO Consulting. As equipes trabalharam juntas por seis meses na implementação e integração da solução ao aplicativo SAP ERP já existente. Além do redesenho de processos, o trabalho envolveu a transferência do aplicativo Lotus Notes para SAP CRM. Três destes aplicativos foram simplificados e transferidos, deixando apenas o Lotus Notes para aplicativos não críticos. Durante este processo, 48 das 56 interfaces foram eliminadas.

A integração do SAP CRM com o SAP ERP foi feita através de middleware CRM, que é integrado ao software SAP. Após a implementação do SAP CRM, 150 dos vendedores da FMC APG e seus gerentes e diretores de cada área comercial começaram a utilizar o CRM SAP, com 100% da funcionalidade disponível a eles através da Internet.

"As equipes de projeto de solução trabalharam juntas em redesenho de processos, criando cenários atuais e futuros, incluindo a aferição de desempenho, e empresas que já utilizam soluções de CRM no Brasil."

Fernanda Gorgulho, Analista SAP, FMC Agricultural Products

Visão geral

Objetivos da companhia

Resolução

Transformação de negócio

Planos futuros

Colocando informações confiáveis para trabalhar

A equipe comercial conseguiu identificar potenciais compradores na base de clientes da FMC, gerenciar todos os contatos, e inserir pedidos de vendas através de um portal baseado na Web, integrando os processos para solicitação e aprovação de faturas e gerenciar e monitorar reclamações e devoluções.

Com o aumento da visibilidade dos dados, as áreas de gestão e comercial alcançaram mais rápido o ciclo de vendas - desde o primeiro contato até a aprovação do faturamento. Unificou o processo de entrada de pedidos de vendas, alcançou integridade dos dados livres de redundâncias e melhorou tanto a satisfação dos clientes quanto dos vendedores.

A FMC APG está desfrutando de dois benefícios adicionais. A empresa possibilitou o processo de atualização e modernização mais fácil e barato. Os erros de entrada de dados, que eram comuns na inserção de novos pedidos de venda, foram reduzidos em 99%, graças ao portal e o processamento automatizado baseado na Web.

PRINCIPAIS BENEFÍCIOS

93%
Menos tempo necessário para aprovar pedidos de compra

99%
Menos tempo necessário para preparar os dados para auditorias

99%
Menos erros de entrada de dados para novos pedidos

85%
Menos interfaces do sistema

Visão geral

Objetivos da companhia

Resolução

Transformação de negócio

Planos futuros

Compartilhamento de conhecimento para administrar melhor o negócio

Com o SAP CRM, a FMC APG tem mais agilidade do que em qualquer momento na sua história. Melhorou a visibilidade de dados para reduzir o tempo gasto processando vendas e melhorou o atendimento ao cliente. A comunicação entre a sede e o campo foi impulsionada, tornando mais fácil integrar novos sistemas, a FMC APG está melhor equipada para atender ao cumprimento de normas de auditoria e Sarbanes-Oxley.

Com a visibilidade de dados melhorada na FMC APG vieram formas inovadoras de compartilhar conhecimentos e informações internamente e com os clientes. A empresa já implementou uma campanha de marketing para aumentar a consciência e o compartilhamento de conhecimentos no mercado. O SAP CRM permite à FMC APG acompanhar as campanhas, o que representa uma mudança significativa em relação ao passado. Anteriormente, todo o conhecimento e compartilhamento da campanha eram feitos por uma pessoa que não conseguia manter registros ou documentação adequados.

CMP16931 (12/06)