

Etude de cas

Pernod Ricard

Une implémentation
rapide



27
entités

6
marchés

6 mois
pour achever une
implémentation globale

A propos de Pernod Ricard

Fondé en 1945, Pernod Ricard est le deuxième vendeur de vins et spiritueux au monde. La société française possède l'un des portefeuilles de marques les plus prestigieux et les plus complets du secteur, avec notamment la vodka Absolut, le pastis Ricard, les whiskies écossais Chivas Regal et The Glenlivet, les champagnes Mumm, Perrier-Jouët et Jacob's Creek. Ces marques sont distribuées dans le monde entier sur plus de 160 marchés, par sa propre force de vente dans 73 marchés, avec 92% des ventes réalisées aujourd'hui hors de France.

Regrouper les voyages du marché Europe sous un seul fournisseur

FCM s'est occupé des besoins voyage de Pernod Ricard en Irlande depuis plus de 25 ans. Suite à sa croissance continue, Pernod Ricard était en quête d'efficacité et d'économies en consolidant l'achat de voyages sous un même fournisseur pour la France, le Royaume-Uni, l'Irlande, la Suède, le Danemark, la Finlande et l'Espagne. Pernod Ricard souhaitait que ses voyageurs, toutes entités confondues, bénéficient d'une expérience de voyage simple et fluide, tout en résolvant l'utilisation d'outils multiples dans ces différents pays et en harmonisant les moyens de paiement.

Les principaux défis de ce projet étaient:

- Une activité répartie entre 27 entités dans sept pays européens, avec des organisations, des politiques voyage et des sociétés des agences de voyage différentes.
- La consolidation de la gestion des voyages sous une seule TMC pour plus de cohérence internationale
- La répartition géographique entre les sept pays a nécessité des sessions de formation séparées et régionalisées.
- Délai de mise en œuvre et difficultés d'exécution dues à la Covid-19.

Une coordination efficace

Pour relever ces défis, FCM a travaillé en étroite collaboration avec les équipes de direction de chaque entité et a systématiquement établi des processus de coordination avant de lancer l'implémentation. Le processus a débuté par un atelier de deux jours à Dublin en février : FCM devait achever le déploiement et la mise en place du système pour toutes les entités avant la fin juillet.

Afin d'assurer un suivi transparent et efficace de l'ensemble de sa politique voyage, FCM a créé une solution globale pour Pernod Ricard qui fournit à la fois le service au niveau local dont elle a besoin, tout en connectant chaque entité grâce au reporting et l'utilisation intelligente de la data.

Malgré les conditions de travail inhabituelles des collaborateurs de Pernod Ricard et FCM à cause de la Covid-19, FCM a réussi à respecter la feuille de route initiale de mise en œuvre établie par Pernod Ricard et à achever la phase 1 du processus d'implémentation dans les délais.

La clé du succès de la mise en œuvre a été l'adhésion des dirigeants de Pernod Ricard dans toutes les entités. Ils ont assuré la coordination du projet à distance dont FCM avait besoin pour une implémentation rapide et sans heurts.



Une implémentation pendant la pandémie du coronavirus

L'implémentation a pris le temps qu'il fallait, mais les résultats obtenus jusqu'à présent valident le travail acharné que FCM et Pernod Ricard ont fourni pour la mener à bien.

“L'implémentation pendant cette période sans précédent n'a fait que confirmer notre décision de nous associer à FCM. Toute l'équipe, de la gestion de projet à l'account management, en passant par les Business Travel Consultants, est restée dévouée et a su s'adapter aux besoins de notre entreprise.

Nous avons décidé de respecter notre calendrier d'implémentation initial tout en réduisant au minimum les contraintes sur le service. La quasi-totalité du processus d'implémentation a été réalisée à distance, y compris la formation des utilisateurs, ce qui s'est avéré très efficace..”

CALUM KRIEVS, GLOBAL TRAVEL MANAGER, PERNOD RICARD

FCM a fourni "le bon produit au bon moment pour le bon consommateur", conformément à l'éthique de Pernod Ricard. Face à la pandémie actuelle et aux défis apparemment insurmontables, toute l'équipe est restée concentrée et respectueuse du calendrier malgré des circonstances sans précédent. Cette volonté, ce rythme et la qualité du partenariat avec Pernod Ricard ont permis à FCM d'inscrire une nouvelle implémentation réussie à son palmarès.