

# Apporter de la valeur là où elle est essentielle pour Krogsveen.



« Il est clair que Xerox a compris notre activité et s'est montré à même de fournir la qualité et la fiabilité que nous attendions. Ils se sont également engagés sur des niveaux de service très élevés. »

– Geir Gustav Hantveit  
Directeur de Krogsveen

## Contexte

Krogsveen, dont le siège social est situé à Lysaker, à proximité d'Oslo, est l'une des premières agences immobilières de Norvège. Elle emploie environ 300 personnes dans plus de 40 agences dans tout le pays. Grâce à l'efficacité de son service et à l'attention portée à ses clients, cette entreprise vend chaque année environ 9 000 biens immobiliers à des particuliers ou à des entreprises. En 2007, par exemple, Krogsveen a été la première agence de Norvège à proposer à ses acheteurs de soumettre leurs offres en ligne, avec une authentification sécurisée.

## L'enjeu

En Norvège, les ventes immobilières s'appuient généralement sur une visite de la propriété au cours de laquelle une brochure complète est proposée aux acheteurs potentiels. Cette brochure contient des informations détaillées sur le bien immobilier, des photographies de qualité et les nombreuses informations qu'exige la loi norvégienne.

Élément central de la vente d'un bien immobilier, cette brochure est très importante pour Krogsveen et pour ses clients. Geir Gustav Hantveit, Directeur de Krogsveen, explique : « Les personnes désirent vendre leur propriété choisissent un agent immobilier en partie en fonction du contenu de ses brochures. Celles-ci doivent donc apporter beaucoup de valeur sans créer un surcoût injustifié pour le vendeur. Nous imprimons en moyenne 25 copies d'une brochure par bien vendu. »

Avant 2002, les agences de Krogsveen produisaient leurs propres brochures localement. Chaque agence supportait son propre coût de production et les assistantes de Krogsveen passaient quasiment tout leur temps à créer ces brochures, au lieu d'aider les agents dans leurs efforts de vente. La qualité des brochures était inévitablement variable et le processus était peu efficace et très coûteux.

« Aussi importantes que nos brochures puissent être, explique G. Hantveit, nous ne pouvons pas nous permettre de payer un coût disproportionné par rapport à ce qu'elles nous apportent. La philosophie de Krogsveen est d'améliorer en permanence ses services en développant des processus plus efficaces. Nous savions qu'il existait des solutions permettant de produire des supports de meilleure qualité et plus cohérents, plus rapidement et à moindre coût, en centralisant et en externalisant leur production à un partenaire possédant l'expertise nécessaire. »

## La solution

Ce partenaire s'est avéré être Xerox. La relation a commencé timidement en 2002, lorsque Krogsveen a retenu Xerox pour installer une imprimante numérique DocuColor™ 12 et fournir un opérateur chargé de produire les brochures pour quelques-unes des 15 agences de Krogsveen. Au cours des cinq années suivantes, Krogsveen s'est développé très rapidement. Sa relation avec Xerox a également évolué pour deux raisons : d'une part parce que les équipements de production ont dû être modifiés afin de suivre les évolutions de la demande et d'autre part parce que Krogsveen a pris la décision d'exploiter au mieux l'expertise de Xerox en gestion documentaire.

# Attirer les clients avec des brochures commerciales de qualité.

## 30 à 40 % d'économies sur la production des brochures.

« Il est clair que Xerox a compris notre activité et s'est montré à même de fournir la qualité et la fiabilité que nous attendions, précise G. Hantveit. Ils se sont également engagés sur des niveaux de service très élevés y compris sur la livraison des brochures dans les deux jours suivant la demande. Ils ont pu offrir ce service pour un coût bien inférieur à celui de notre ancienne approche de production locale. »

Mi-2007, Krogsvveen détenait 45 agences et Xerox produisait environ huit millions de pages en couleurs et deux millions de pages en noir et blanc. Dans un centre de reprographie centralisé, trois opérateurs de Xerox faisaient fonctionner deux chaînes d'impression numérique DocuColor 8000, chacune combinant une imprimante numérique 8000 à la pointe de la technologie à un finisseur de documents en ligne ColorWorks 8000.

Krogsvveen en a également profité pour consolider son infrastructure bureautique d'imprimantes et de copieurs en la réduisant à seulement deux modèles Xerox, simplifiant ainsi la maintenance et le support, externalisés à Xerox.

Fin 2007, Xerox a proposé à Krogsvveen une mise en réseau entre ses bureaux et le centre de reprographie afin de rendre le processus encore plus efficace. Les agents de Krogsvveen utilisent un logiciel spécifique pour assembler les différentes sources d'informations constituant une brochure (photographie, informations administratives, etc.). Xerox a travaillé en étroite collaboration avec le fournisseur de ce logiciel afin de mettre au point une interface qui permet désormais aux agents d'envoyer au centre de reprographie un document électronique prêt à imprimer, simplement en appuyant sur un bouton.

### Les résultats

Depuis le début de l'externalisation à Xerox, Krogsvveen a vu la production de ses brochures évoluer considérablement.

**A propos des Services de Xerox.** Xerox est l'un des leaders mondiaux en matière de processus métier, de technologie de l'information et de services de gestion documentaire. Alliant l'expertise et des capacités opérationnelles au niveau mondial, nous vous permettons de réduire vos coûts, de rationaliser vos processus opérationnels, d'améliorer vos résultats afin de concentrer vos efforts sur ce que vous faites de mieux : votre cœur de métier.

**Pour plus d'informations sur ce que nous pouvons apporter aux grandes enseignes commerciales, rendez-vous sur le site [www.xerox.fr/services](http://www.xerox.fr/services).**

« Les brochures sont fréquemment fournies en moins de 24 heures après la soumission du fichier par l'agent. La qualité et le format des brochures sont à présent homogènes, explique G. Hantveit. Nous apprécions tout particulièrement la souplesse du service de Xerox : ils sont prêts à aller au-delà de leur engagement de niveau de service, par exemple en travaillant de nuit ou en traitant directement avec les agents en cas de demande urgente. Nous les considérons vraiment comme des collègues : nos objectifs sont aussi importants pour eux que pour nous. »

Les assistantes peuvent à présent mieux aider les agents dans leur activité principale qui est la vente, au lieu de se concentrer sur la production des brochures. Krogsvveen réalise également des économies grâce à la rationalisation de son infrastructure d'imprimantes et de copieurs.

« Cette relation présente de nombreux avantages matériels, mais aussi immatériels, confirme G. Hantveit. Nous avons mesuré les économies pour les 12 agences que nous avons achetées en 2007. Elles s'élevaient à 30 à 40 % pour la production des brochures. Mais nos agents et leurs assistantes sont également très satisfaits. Ils sont plus à l'aise dans leur travail grâce à nos outils de vente fiables et professionnels. »

### Et demain ?

Krogsvveen s'est développé par croissance organique et par acquisition. La croissance reste un de ses objectifs. C'est la raison pour laquelle l'entreprise compte sur Xerox pour faire face à l'augmentation de la demande, sans réduction de la qualité ni de la rentabilité.

« Xerox a brillamment évolué du rôle de fournisseur à celui de partenaire stratégique, explique G. Hantveit. Nous sommes impatients de développer le partenariat et de découvrir de nouvelles façons de travailler, au fil de l'évolution de nos objectifs, de nos besoins et du marché. »

### Résumé de l'étude de cas

#### L'enjeu

- Avant de collaborer avec Xerox, Krogsvveen produisait localement ses brochures de vente de biens immobiliers dans chacun de ses bureaux. La qualité était variable et le processus coûteux et inefficace.

#### La solution

- Les bureaux Krogsvveen sont connectés en réseau à un site spécialisé et centralisé de Xerox qui produit les brochures et les supports marketing dans un délai de deux jours ouvrés.
- La flotte bureautique a été simplifiée et réduite à seulement deux modèles Xerox, ce qui facilite la maintenance et le support.

#### Les résultats

- 30 à 40 % d'économies estimées sur la production des brochures
- Des brochures et des supports marketing de meilleure qualité et plus efficaces
- Des équipes mieux à même de se concentrer sur la vente de biens immobiliers

