

The Salesforce logo, consisting of the word "salesforce" in white lowercase letters inside a blue cloud-like shape.

salesforce

A man in a dark suit and glasses is smiling while talking on a mobile phone. The background is a blurred office setting with a white wall and a door.

# ACCELÉREZ VOTRE PERFORMANCE DES VENTE

SEPT CONSEILS POUR UN SUCCÈS  
COMMERCIAL



## Introduction

# LE DÉMARCHAGE

Soyons francs, la plupart des vendeurs redoutent le démarchage. Ce n'est pas surprenant. En somme, vous interrompez la journée de quelqu'un pour lui soutirer quelque chose dont vous avez besoin, une information, une rencontre, une vente, peu importe.

Cependant, le téléphone n'est pas un moyen parmi d'autres pour interagir avec les clients. C'est l'outil de prospection par excellence dont vous êtes muni. C'est votre moyen de prendre les devants. Et d'arriver à vos fins.

Créés à partir des enseignements des meilleurs gestionnaires de première ligne de Salesforce, vous trouverez dans ce livre :

- Les meilleures pratiques de préparation à une visite ou un appel
- La méthode efficace pour organiser votre équipe de vente
- Des conseils pour une interaction réussie à tout coup
- En quoi le téléphone est mieux que le courriel
- D'excellents outils pour vous mesurer et demeurer organisé
- Une liste des ressources externes pour pousser la réflexion

Si vous souhaitez améliorer un des points figurant ci-dessus, ce livre électronique vous est destiné. Passons à l'action.

## Table des matières

- 03 Ayez votre préparation sur les compétences
- 04 Connaissez bien votre cible
- 05 Vous les connaissez, montrez-leur
- 07 Arme secrète : la recommandation
- 08 Le démarchage est toujours vivant
- 09 Meilleurs outils = rendement supérieur
- 10 Mesurez. Mesurez, et mesurez à nouveau
- 11 3 points à retenir



## Chapitre 1

# AXEZ VOTRE PRÉPARATION SUR LES COMPÉTENCES

Au baseball, vous avez les lanceurs qui partent le match et ceux qui terminent le match. Leurs rôles très différents sont fonction de leurs compétences, mais servent tous deux une même fin, c'est-à-dire de remporter le match.

Votre équipe de vente n'a rien de différent. Pour créer des occasions et des filières de vente, il vous faut absolument connaître les compétences de chacun pour exploiter leurs forces au bon moment.

Chez Salesforce, les directeurs de vente ont identifié quatre zones essentielles à la réussite : qualification des pistes interne, prospection externe, conclusion de contrats et gestion de compte.

Distinguer les rôles selon les compétences a aussi permis à Salesforce de créer les bonnes mesures incitatives pour produire des résultats. Donc, les personnes qui évaluent des pistes sont récompensées en fonction du volume, et les personnes qui remportent des contrats et les représentants sont récompensés en fonction du total des ventes en dollars. Entre-temps, l'équipe chargée de la prospection, des responsables du développement, est récompensée selon la génération d'une filière de vente (valeur totale en dollars des occasions de vente).

### COMPÉTENCES — POINTS À CIBLER

#### QUALIFICATION DES PISTES

Écoute, sociabilité, curiosité

#### DÉMARCHAGE

Improvisation, curiosité, écoute

#### CONQUÊTES

Aptitude à la négociation, esprit de compétition, visionnaire

#### GESTION DES COMPTES

Conseil, axé sur les processus, collaboration.



## Chapitre 2

# CONNAISSEZ BIEN VOTRE CIBLE

Le processus de vente à un client ne doit pas prendre des allures de rendez-vous sans lendemain. Au contraire, il faut plutôt courtiser dans le but d'établir une relation à long terme. Les vendeurs le savent, ils sont pourtant encore nombreux à se lancer dans le démarchage sans préparation adéquate pour s'engager dans une conversation utile.

Les meilleures équipes de démarchage travaillent de concert avec les équipes de marketing et de produit de manière à bien définir le prospect qui correspond parfaitement au produit. Les outils comme Data.com sont d'une grande utilité pour broser ce portrait en proposant de surcroît des informations sur le titre de poste, la hiérarchie et une vue d'ensemble de la société, mais vous devez tout de même aller plus loin pour obtenir une vue complète. Un portrait détaillé vous donnera les motivations d'un prospect, la liste de ses tâches professionnelles quotidiennes, sa philosophie, ses plus grandes frustrations dans le cadre de son travail.

Si vous élaborez un plan à partir de ces données avant de faire votre appel, vous serez fin prêt à alimenter la conversation en vue d'établir une relation de vente.

### QUI EST VOTRE CLIENT? (EXEMPLE) VICE- PRÉSIDENT DES VENTES

#### OBJECTIF PROFESSIONNEL PRINCIPAL

Aider le vice-président des ventes à atteindre sa cible grâce à l'augmentation de la productivité.

#### PRINCIPALE LACUNE

Manque de processus et de visibilité

#### SUR QUOI REPOSE L'ÉVALUATION

Durée du cycle de vente, de l'initiation des agents



## Chapitre 3

# VOUS LES CONNAISSEZ, MONTREZ-LEUR

Avez-vous déjà décroché le combiné pour entendre « J'appelle pour savoir où vous en êtes dans votre réflexion? » Quelle est votre réaction? Pour vous, il s'agit essentiellement de quelqu'un qui cherche à faire la conversation pour ultimement vous vendre quelque chose.

Mais alors, comment prépare-t-on le terrain pour s'engager dans une vraie conversation? Il existe un processus à deux étapes pour bien orienter les appels.

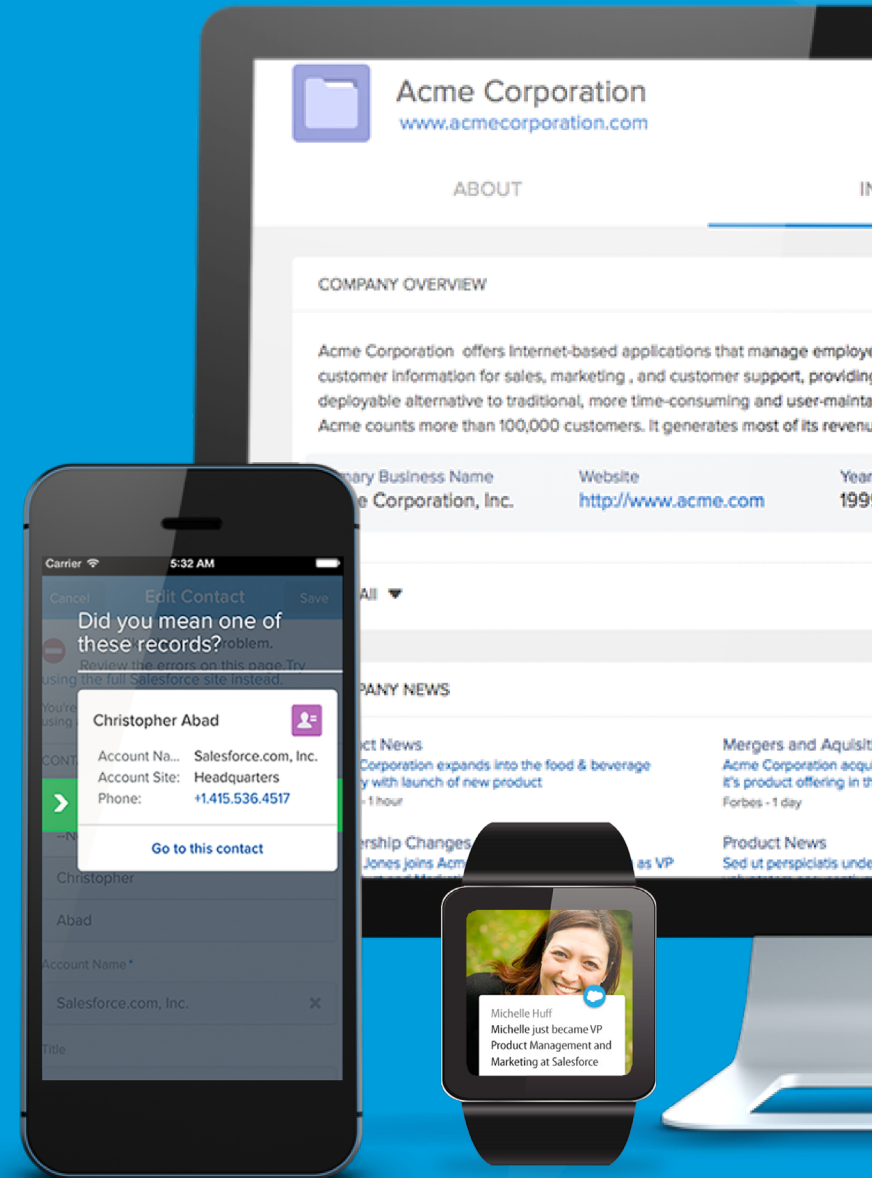
### Étape 1 :

Utilisez un outil comme Data.com pour comprendre le titre de poste d'un client potentiel, pour recueillir des renseignements pertinents sur la société pour laquelle il travaille, notamment une idée de la structure de l'entreprise. Toute information au sujet de votre client potentiel peut vous aider à en apprendre plus sur lui et à lui proposer un plan alléchant. Consultez les campagnes de marketing en vigueur de la société. Recherchez de récents articles qui font mention d'eux.

### Étape 2 :

En vous servant de ce que vous avez appris, votre vision de leur entreprise gagne en pertinence. Vous pouvez y arriver en proposant une offre nouvelle ou existante. Les webinaires, les livres électroniques, la calculatrice de rendement du capital investi, un livre blanc ou un rapport d'analyse sont tous autant d'instruments qui démontrent à quel point vous comprenez leur entreprise.

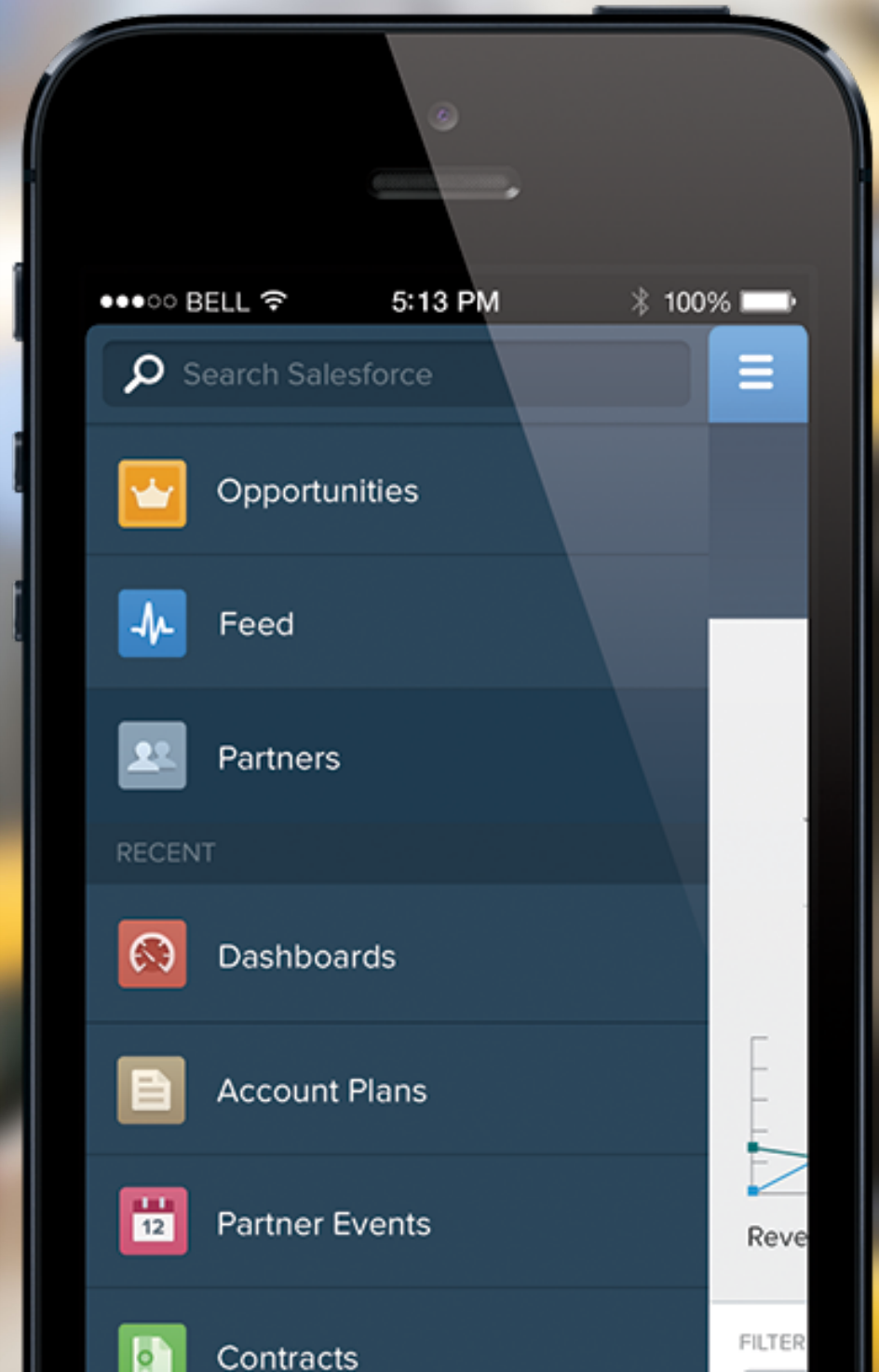
Bref, assurez-vous d'avoir une idée qui vous aidera à les conquérir.





# Faites une visite guidée interactive.

Apprenez comment un directeur commercial et un représentant commercial utilisent Salesforce pour gérer leurs activités quotidiennes. Cette visite guidée interactive vous présente les différentes capacités de Salesforce. Découvrez dès aujourd'hui l'application CRM n° 1 au monde.





## Chapitre 4

# ARME SECRÈTE : LA RECOMMANDATION

Le premier objectif du démarchage est d'en arriver à une rencontre formelle, mais il est utopique de croire que chaque appel obtiendra ce résultat.

Ce qui ne signifie pas pour autant que vous n'arriverez pas à récolter le deuxième prix, soit la recommandation.

Pourquoi? D'une part, la porte n'est pas fermée. D'autre part, une recommandation vous donne le nom d'une personne à qui parler, qui ne figure peut-être pas sur votre liste. Encore mieux, grâce à la recommandation, vous gagnez en crédibilité lorsque vous faites l'appel. Dans les faits, lorsque vous réussissez à établir un lien avec quelqu'un à partir d'une recommandation, les probabilités de fixer un rendez-vous sont fortes. Très fortes.

# 85 %

DU TEMPS, LES CADRES  
SONT FAVORABLES AUX  
RECOMMANDATIONS\*

Les scientifiques ont sûrement un terme technique pour rendre cette notion, mais nous l'appelons « pression du groupe ».

\*Selon BASHO Technologies

## Chapitre 5

# LE DÉMARCHAGE EST TOUJOURS VIVANT

Le duel entre l'efficacité du courriel et celle du téléphone sévit encore. D'un côté, les défenseurs des courriels clament que vous n'obtiendrez jamais de telles évolutivité et vitesse au téléphone.

Mais, les directeurs chez Salesforce insistent tous pour dire que le téléphone demeure le meilleur moyen. Les raisons sont simples. Premièrement, si l'on répond à votre appel téléphonique, vous êtes vite fixé quant à vos chances de qualification, vous perdez donc moins de temps avec un client que vous ne gagnerez jamais. Deuxièmement, les courriels sont faciles à ignorer et ne passent parfois jamais l'étape du filtre.

Bien que les jeunes générations qui font leurs premières armes dans la vente sont habiles avec les communications par voie électronique, les acheteurs ciblés sont peut-être plus traditionnels et répondent plus aisément au téléphone.



## QUELQU'UN AU BOUT DU FIL

**Les appels téléphoniques sont difficiles à faire. Il existe cependant quelques trucs pour augmenter vos chances de succès :**

- Appelez à différentes heures du jour
- Fixez-vous des blocs d'appels de 2 heures
- Imprimez une liste des gens à appeler
- Fermez vos courriels et votre navigateur Web
- Laissez seulement un certain nombre de messages vocaux pour avoir le loisir de rappeler à votre convenance.

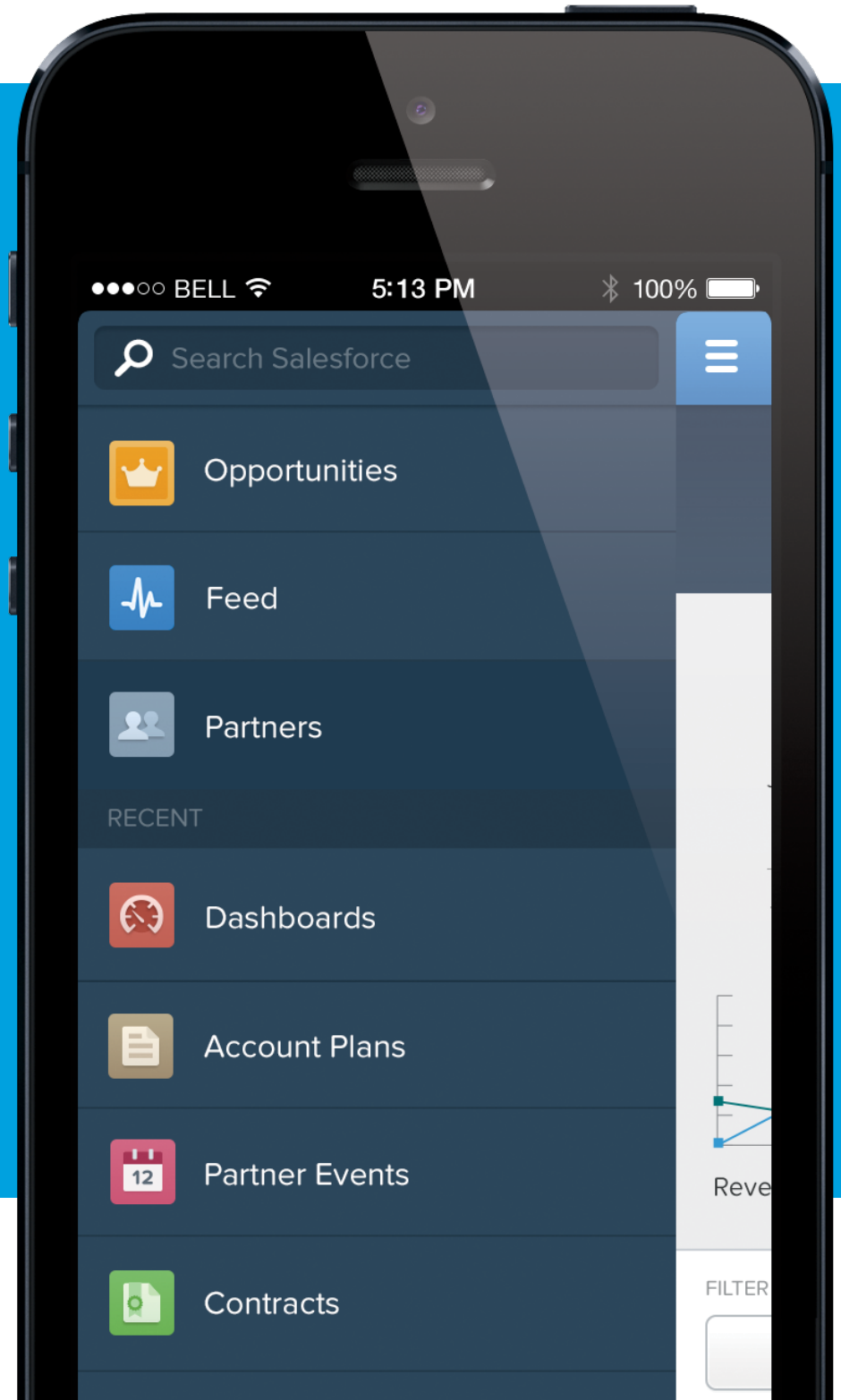


## Chapitre 6

# MEILLEURS OUTILS = RENDEMENT SUPÉRIEUR

Un des trucs pour stimuler le rendement des ventes consiste à tirer profit des bons outils tant pour accroître l'efficacité d'un représentant que pour améliorer la vente en collaboration au sein d'une équipe.

Pour l'équipe Salesforce, cela signifie de profiter pleinement des avantages que procurent les outils de collaboration intégrés à Salesforce CRM, en entretenant vos pistes avec Pardot et en vous procurant l'information utile avec Data.com. Puisque Salesforce est d'abord axée sur l'entreprise mobile, tous ces outils font partie intégrante de l'application mobile Salesforce1. Ainsi, l'équipe a les moyens de partager facilement de l'information, de s'aider pour remporter des contrats, et d'obtenir les renseignements nécessaires où qu'ils se trouvent.



## Chapitre 7

# MESUREZ, ET MESUREZ À NOUVEAU

Pensez à tout ce que vous avez toujours souhaité améliorer : votre forme, votre silhouette, votre salaire. Qu'ont ces choses en commun qui facilite le suivi du progrès? Elles sont mesurables. Il en va de même pour le démarchage. Ce n'est qu'en disposant de connaissances que vous pourrez vous ajuster et vous améliorer.

Voici quelques éléments clés à mesurer :

- Combien d'appels faites-vous?
- Quel est le meilleur moment de la journée pour les faire?
- Combien de conversations pertinentes avez-vous?
- Combien de recommandations obtenez-vous?
- Combien de réunions avez-vous fixées?

VOICI UNE FORMULE  
SIMPLE QUI VOUS PERMET  
D'EFFECTUER UN SUIVI  
DE VOS PROGRÈS ET DE  
VOTRE EFFICACITÉ D'UN  
MOIS À L'AUTRE :

$$\frac{\text{Rendez-vous fixés} + \text{recommandations}}{\text{Nbre d'appels effectués sur une période donnée}}$$

Une fois que vous commencez à appliquer cette formule, votre objectif est de toujours améliorer le résultat.



## *Conclusion*

# 3 POINTS À RETENIR

Le démarchage est une étape ardue, mais ne la rendez pas encore plus difficile. Placez les choses dans leur contexte à l'aide de ces trois points.

### Restez en mouvement

Les pistes sont éphémères. Passez rapidement à l'action et maintenez la pédale au plancher.

### Les affaires sont les affaires

Lorsque vous devez essayer un refus, dites-vous que tout est une question de chiffres. Continuez à aller de l'avant.

### Exploitez le côté nourrissant du marketing

Laissez des outils comme Pardot faire le travail de persuasion pour vous auprès des pistes. Vous n'avez qu'à effectuer un suivi régulier.



# DES SOLUTIONS DE VENTE QUI HAUSSEMENT LA PRODUCTIVITÉ DE VOTRE ENTREPRISE

Si vous désirez faire croître vos ventes et instaurer un processus de vente transparent, vous avez besoin d'un système de gestion de la relation client convivial. Salesforce vous permet de stocker dans un seul et même endroit des données sur les clients et les clients potentiels, sur les comptes, les pistes de vente et les occasions de vente.

**32 %** D'augmentation du taux de réussite.

**40%** D'augmentation de la productivité au chapitre des ventes.

**32 %** D'augmentation du chiffre d'affaires.

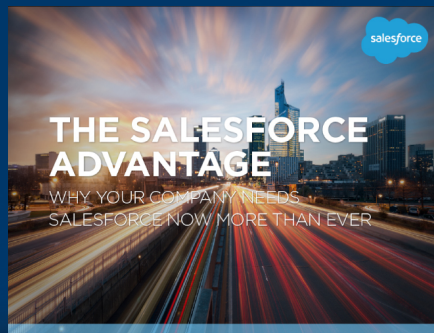


Les renseignements du présent livre électronique sont fournis uniquement à des fins de commodité pour nos clients et sont communiqués à titre informatif. La publication par salesforce.com ne constitue pas une forme de promotion. Salesforce.com ne garantit pas l'exactitude ou l'exhaustivité des renseignements, textes, images, liens ou autres éléments contenus dans le présent livre électronique. Salesforce.com ne garantit pas l'atteinte de résultats précis si vous suivez un ou des conseils prodigués dans ce livre électronique. Il pourrait être recommandé que vous consultiez un professionnel comme un avocat, un comptable, un architecte, un conseiller en affaires ou un ingénieur pour obtenir des conseils concrets qui s'appliquent à votre situation particulière.

© 2014 Salesforce.com. Tous droits réservés.



# RESSOURCES QUI POURRAIENT VOUS ÊTRE UTILES :



The Salesforce Advantage  
(l'avantage de Salesforce)



Secrets to Business Growth:  
From Successful Entrepreneurs  
(les secrets de croissance  
d'entreprises)



Your Complete  
CRM Handbook  
(guide complet sur les CRM)





LA PLATEFORME DE RÉUSSITE DES CLIENTS