

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.

# ACCÉLÉREZ VOS PERFORMANCES COMMERCIALES

LES SEPT SECRETS POUR  
AUGMENTER VOS VENTES

## Introduction

# DÉMARCHAGE TÉLÉPHONIQUE

Soyons honnêtes : la plupart des commerciaux redoutent le démarchage téléphonique. Qui oserait les en blâmer ? En résumé, vous interrompez la journée d'une personne pour obtenir ce dont vous avez besoin (recueillir des informations, convenir d'un rendez-vous ou conclure une vente, peu importe).

Pourtant, le téléphone constitue un excellent moyen de se connecter à ses clients, et un des meilleurs outils de l'arsenal de prospection. Il vous permet de prendre une longueur d'avance sur la concurrence.

Tout droit sorti des enseignements de nos meilleurs responsables Salesforce, cet ouvrage vous présente :

- Comment préparer un appel
- Comment organiser efficacement vos équipes de vente
- Comment établir une véritable relation avec votre prospect
- Pourquoi les échanges téléphoniques sont plus efficaces que les e-mails
- Quels outils d'évaluation personnelle utiliser pour rester organisé
- Quelles ressources externes utiliser pour approfondir vos connaissances ?

Vous souhaitez améliorer votre démarchage téléphonique ? Cet e-book est fait pour vous ! Passons dès maintenant au chapitre 1.

## Sommaire

- 03** Tirer parti des compétences de l'équipe
- 04** Connaître ses clients
- 04** Jouer la carte de la personnalisation
- 06** L'arme secrète : une recommandation
- 08** Le démarchage téléphonique, toujours d'actualité
- 09** De meilleurs outils pour de meilleures performances
- 10** Mesurer vos résultats en temps réel
- 11** 3 concepts fondamentaux

## Chapitre 1

# TIRER PARTI DES COMPÉTENCES DE L'ÉQUIPE

Au baseball, il existe des lanceurs partants et des lanceurs de relève. Leur rôle varie en fonction de leurs compétences, mais tous visent un même objectif, faire gagner leur équipe.

Vos équipes de vente ne sont pas si différentes. Pour créer de nouvelles opportunités et développer votre pipeline commercial, il est essentiel de connaître les compétences de chacun de manière à faire intervenir les bons acteurs au bon moment.

Chez Salesforce, les responsables commerciaux ont identifié quatre activités essentielles à la réussite : la qualification des opportunités entrantes, la prospection sortante, la signature des contrats et la gestion des comptes clients.

Attribuer les rôles en fonction des compétences de chacun, a également permis à Salesforce de mettre en place un système de prime aux résultats pertinents. Ainsi, les collaborateurs chargés de la qualification des opportunités sont récompensés sur le volume, alors que les vendeurs et les responsables de compte sont gratifiés en fonction du montant de leur chiffre d'affaires. Enfin, les équipes responsables de la prospection et les chargés du développement commercial sont récompensés en fonction de l'augmentation du nombre d'opportunités commerciales dans le pipeline.

### COMPÉTENCES RECHERCHÉES

**QUALIFICATION DES OPPORTUNITÉS**  
Disponibilité, sociabilité, curiosité

**PROSPECTION**  
Improvisation, curiosité, disponibilité

**SIGNATURE DE CONTRATS**  
Négociation, esprit de compétition, anticipation

**GESTION DE COMPTES**  
Conseil, respect des processus, collaboration

## Chapitre 2

# CONNAÎTRE SA CIBLE

Il ne faut pas considérer la vente comme une action isolée, mais au contraire comme une phase d'approche visant une relation à long terme. La plupart des commerciaux l'ont compris, et pourtant bon nombre d'entre eux ne préparent pas suffisamment leurs appels téléphoniques pour tirer profit de tous les échanges au cours de la conversation.

Les meilleures équipes de prospection travaillent en étroite relation avec les services marketing et produit, afin de définir avec précision le « public cible », correspondant au mieux à la solution proposée. Des outils d'aide à la prospection, comme Data.com, constituent un excellent point de départ pour identifier ces cibles, connaître les personnes clés, la structure hiérarchique et le fonctionnement de l'entreprise prospectée. Mais vous devez approfondir ces connaissances afin de dresser un tableau complet de cette entreprise. Il faut pouvoir détailler les motivations du prospect, le fonctionnement de l'entreprise au quotidien, ses objectifs et, surtout, les principaux points d'amélioration de son activité.

Étudier ces éléments en amont de l'appel vous permet de structurer la conversation dès la prise de contact. Vous êtes ainsi bien mieux placé pour développer une relation commerciale durable.

### QUI CIBLEZ-VOUS ? EXEMPLE : LE RESPONSABLE DES VENTES

#### OBJECTIF PREMIER

Aider le responsable des ventes à atteindre ses objectifs, en dynamisant la productivité

#### POINT PRINCIPAL D'AMÉLIORATION

Améliorer les processus, augmenter la visibilité sur l'activité

#### QUELS POINTS EVALUER

Durée du cycle de vente, durée d'initiation des chargés d'affaires

## Chapitre 3

# JOUER LA CARTE DE LA PERSONNALISATION

Lors d'un appel, avez-vous déjà entendu « Je souhaitais vous recontacter pour... » ? Quelle a été votre réaction ? Vous avez aussitôt fermé les portes, considérant votre interlocuteur comme un démarcheur ou une personne dont l'intention est d'engager la conversation dans le but de conclure une vente.

Mais quel motif d'appel pertinent et crédible utiliser pour vous ouvrir les portes ? Un processus en 2 étapes vous permettra de maîtriser parfaitement l'environnement du prospect, pour mieux cibler vos appels.

### Étape 1 :

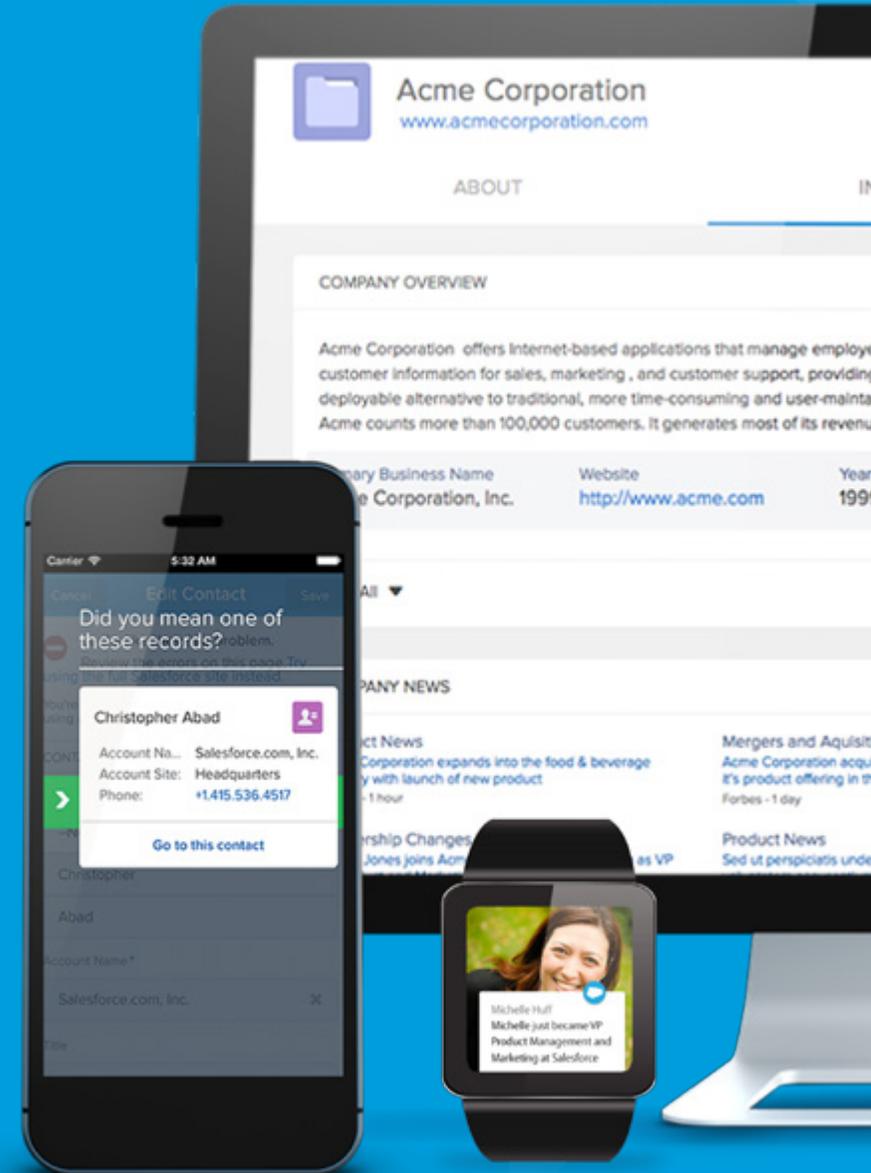
Utilisez un outil comme Data.com pour mieux comprendre le métier du prospect, et recueillir des informations pertinentes sur sa société (et en particulier sur son organisation). La moindre information sur votre prospect vous permet de mieux le

connaître, et ainsi de savoir comment vous pouvez l'aider. Recherchez les dernières campagnes marketing lancées par l'entreprise prospectée, lisez les articles de la presse économique où son nom apparaît...

### Étape 2 :

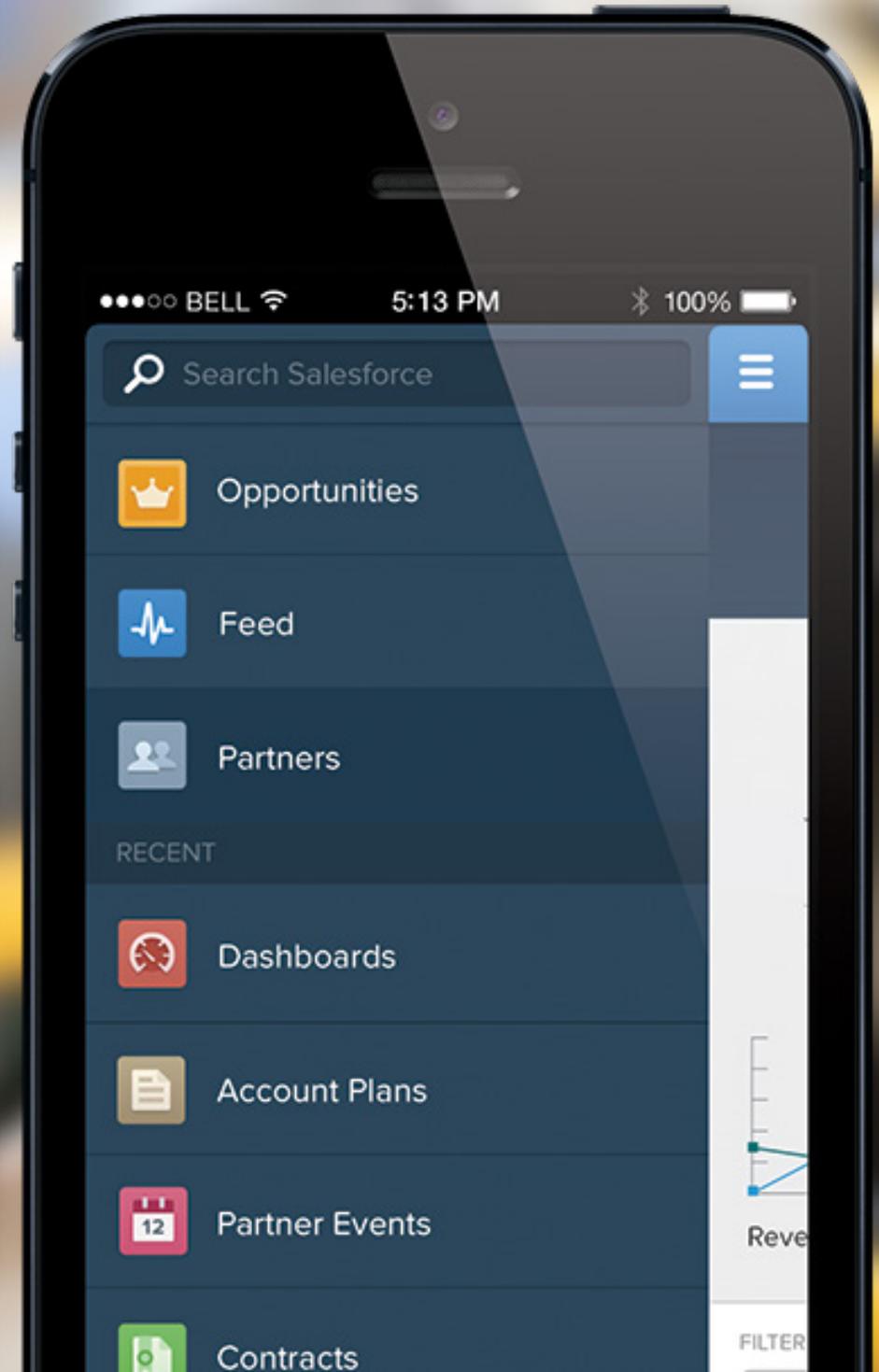
À partir de ces informations, montrez à vos clients que vous avez des projets pour leur activité. Pour cela, partez d'une offre préexistante. Pour vous aider, pensez à consulter des séminaires en ligne, e-books, calculateurs de ROI, livres blancs ou rapports d'analyse, qui vous permettront d'avoir une meilleure connaissance de leur activité.

En résumé, avant votre appel vous devez déjà savoir comment l'aide que vous allez proposer à votre contact va vous permettre de le convertir en opportunité qualifiée.



# Testez notre visite guidée interactive.

Découvrez comment les directeurs commerciaux et les chargés d'affaires utilisent Salesforce au quotidien. Cette visite guidée vous propose de découvrir les différentes fonctionnalités de la solution. Découvrez dès aujourd'hui l'application de CRM n° 1 !



## Chapitre 4

# L'ARME SECRÈTE : UNE RECOMMANDATION

Obtenir un rendez-vous constitue probablement l'objectif premier du démarchage téléphonique. En revanche, il n'est pas réaliste de croire que vous réussirez à tous les coups.

Cela ne signifie pas que vous ne pouvez pas atteindre le second objectif de l'appel téléphonique : obtenir une recommandation.

Pourquoi ? D'une part, cela signifie que la porte reste ouverte. D'autre part, une recommandation vous permet de recueillir le nom de certains interlocuteurs, parfois même de certaines personnes que vous n'avez jamais eues en ligne de mire. Mieux encore, cela vous offre un atout unique : renforcer la crédibilité de vos propos lorsque vous contactez cette recommandation. En réalité, lorsque vous contactez votre interlocuteur à partir d'une recommandation, la probabilité que celui-ci accepte de vous rencontrer augmente considérablement.



**DANS 85 %**

**DES CAS, LES MANAGERS RÉAGISSENT FAVORABLEMENT AUX RECOMMANDATIONS\***

La communauté scientifique utilise probablement un terme technique pour désigner cette tendance. Nous nous contenterons de l'appeler « émulation ».

\*Selon une étude menée par BASHO Technologies

## Chapitre 5

# LE DÉMARCHAGE TÉLÉPHONIQUE, TOUJOURS D'ACTUALITÉ

Le débat portant sur l'efficacité respective des e-mails et des échanges téléphoniques fait rage. Certains spécialistes affirment que les e-mails sont plus efficaces que les appels.

Pourtant chez Salesforce, nos responsables sont unanimes : les échanges téléphoniques sont plus performants. Et les raisons sont simples. Tout d'abord, l'interaction téléphonique permet de qualifier plus rapidement le prospect, et ainsi d'éviter de perdre du temps dans une prospection qui restera finalement sans suite. D'autre part, ignorer un e-mail est un jeu d'enfant, et des outils permettent même de le supprimer, sur la base de quelques règles, sans même l'avoir lu.

Et bien que la dernière génération de commerciaux soit plus disposée à utiliser les systèmes de communication numérique, les acheteurs ciblés le sont probablement un peu moins et répondent plus facilement au téléphone.



## FAVORISER L'ÉCHANGE TÉLÉPHONIQUE

**Le démarchage téléphonique peut s'avérer épineux. Néanmoins, il existe quelques astuces qui vous permettront d'augmenter vos chances de réussite :**

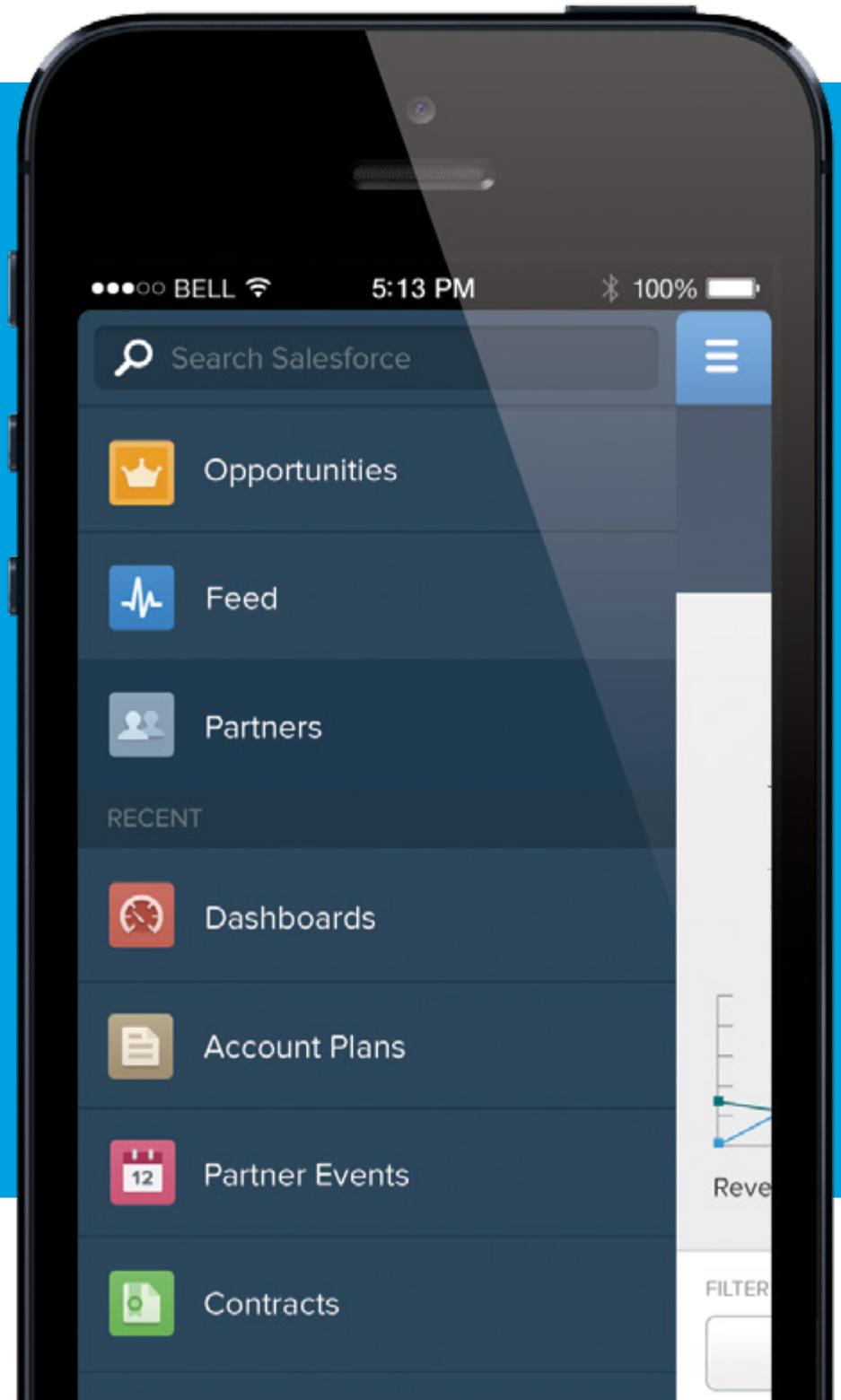
- Appelez à différents créneaux horaires
- Passez vos appels sur des plages de 2 heures
- Imprimez la liste des personnes à contacter
- Fermez votre messagerie et votre navigateur web
- Limitez les messages vocaux afin de pouvoir rappeler quand bon vous semble

## Chapitre 6

# DE MEILLEURS OUTILS POUR DE MEILLEURES PERFORMANCES

Pour booster vos ventes, il est essentiel d'adopter les bons outils vous permettant d'accroître l'efficacité de vos chargés d'affaires tout en optimisant la vente collaborative en équipe.

Pour l'équipe Salesforce, cela passe par une utilisation optimale des outils de collaboration du CRM de Salesforce, la maturation de prospects avec Pardot, l'obtention d'informations pertinentes avec Data.com... Et comme Salesforce est résolument tourné vers la mobilité, tous ces outils sont développés directement au sein de son application mobile Salesforce1. Résultat ? L'équipe peut en un clin d'œil partager des informations, favoriser la signature des contrats et collecter des données utiles, à tout moment et où qu'elle se trouve.



## Chapitre 7

# MESURER VOS RÉSULTATS EN TEMPS RÉEL

Pensez à des actions que vous avez un jour souhaité améliorer : courir, perdre du poids, obtenir un meilleur salaire... Dans tous ces domaines, il est très facile de suivre vos progrès, tout simplement parce que les résultats sont mesurables. Il en va de même pour la prospection : votre savoir-faire et votre expérience vous permettent de vous adapter et de vous améliorer. Et vous pouvez mesurer vos progrès en toute simplicité.

Voici quelques indicateurs-clés à prendre en compte pour évaluer vos performances :

- Combien d'appels avez-vous passés ?
- Quels sont les créneaux de la journée pendant lesquels vos prospects sont les plus attentifs ?
- Combien d'échanges de qualité avez-vous eus ?
- Combien de recommandations avez-vous obtenues ?
- Combien de rendez-vous avez-vous planifiés ?

VOICI UNE FORMULE TOUTE SIMPLE VOUS PERMETTANT DE SUIVRE VOTRE ÉVOLUTION ET VOS PERFORMANCES MOIS APRÈS MOIS :

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

Une fois le suivi en place, il est essentiel de se concentrer non pas sur les chiffres, mais sur la manière de les améliorer.

## *Conclusion*

# 3 CONCEPTS FONDAMENTAUX

La prospection est une activité complexe, ne rendez pas la tâche plus difficile. Gardez le cap grâce à ces 3 fondamentaux :

### **Soyez dynamique**

Les opportunités s'essoufflent rapidement avec le temps. Faites preuve de réactivité face aux nouveaux leads, et ne relâchez jamais vos efforts.

### **Ne vous froissez pas**

Si votre interlocuteur raccroche ou répond défavorablement, ne le vivez pas comme un échec. Tous vos appels ne peuvent être parfaits, c'est une question de statistiques. Maintenez le cap.

### **Faites mûrir vos prospects grâce au marketing**

Appuyez-vous sur des outils comme Pardot pour faire le plus gros du travail d'information auprès de vos prospects. Il vous suffit ensuite de les rappeler régulièrement.



# DES SOLUTIONS COMMERCIALES QUI VONT DÉCUPLER LA PRODUCTIVITÉ DE VOTRE ENTREPRISE

Une solution CRM simple d'utilisation est un outil indispensable pour booster vos ventes et bâtir un processus commercial efficace et fluide. La solution CRM de Salesforce centralise, dans un seul et même endroit, les informations de contact relatives à vos prospects et clients, vos comptes clients, vos leads et vos opportunités de vente. Vous et vos collaborateurs pouvez y accéder à tout moment, où que vous soyez.

**+ 32 %** de taux de transformation

**+ 40 %** de productivité commerciale

**+ 32 %** de chiffre d'affaires



Les informations communiquées dans le présent e-book sont réservées à nos clients et fournies à titre purement informatif. Salesforce ne garantit ni l'exactitude ni l'exhaustivité des informations, textes, graphiques, liens ou autres contenus de ce document. Salesforce ne garantit en aucun cas l'obtention de résultats du fait des recommandations de cet e-book. Nous vous recommandons de vous adresser à un spécialiste (avocat, comptable, architecte, consultant ou ingénieur) pour obtenir des conseils précis, adaptés à votre situation.

© 2014 Salesforce.com. Tous droits réservés.

# AUTRES RESSOURCES UTILES :



Étude State of Sales 2015



Les données au service de vos ventes



LE GUIDE COMPLET DU CRM



THE CUSTOMER SUCCESS PLATFORM



THE CUSTOMER SUCCESS PLATFORM