



10 conseils pratiques pour dépasser vos objectifs de vente avec l'analytics

A woman with red curly hair, wearing a teal dress and black heels, stands on the left side of the frame. She is looking towards the right. Overlaid on the image is a line graph with several data points connected by lines. The lines are primarily green and white, with some dashed lines. The graph appears to be a line chart showing trends over time or across different categories.

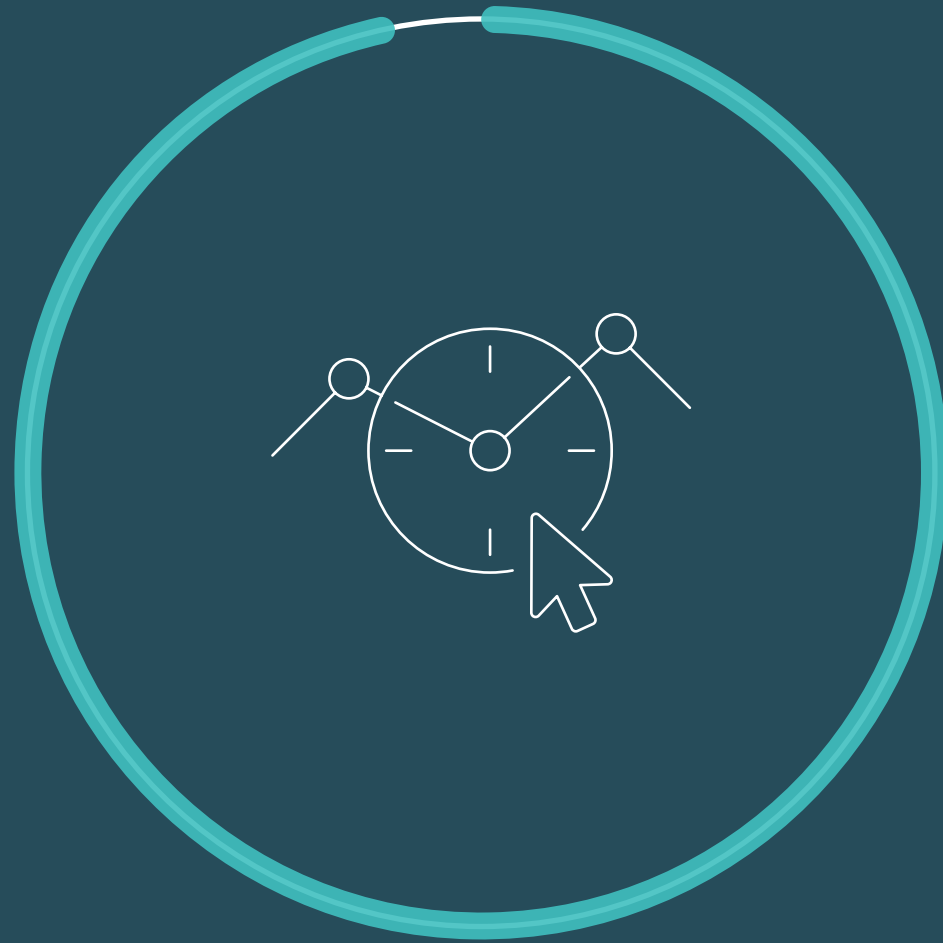
Le nouveau pilier de la réussite commerciale

Dans la vente, vous êtes constamment à la recherche d'un avantage. Et face à une concurrence toujours plus féroce, il est devenu essentiel de réagir rapidement, de saisir toutes les opportunités d'innovation et de réinventer en permanence les processus de travail.

Les données sont là pour vous aider. Aujourd'hui, l'analytique avancée vous apporte des informations sans précédent sur vos clients, vos processus, vos concurrents et sur le marché. Or, ces insights ont le pouvoir de révolutionner vos stratégies de vente.

Certaines études confirment ce que vous avez déjà probablement observé : l'emploi d'une analytique avancée confirme accélère la commercialisation de nouvelles offres, et la génération de revenus et de profits. Que vous cherchiez à augmenter les ventes croisées ou incitatives, à mieux délimiter les zones commerciales ou à élargir votre pipeline, les données sont devenues le pilier de la réussite commerciale.

Les commerciaux les plus performants exploitent les données¹



97 % des commerciaux les plus performants bénéficient d'un accès en libre-service et en temps réel aux données des clients et des comptes.



60 % des commerciaux les plus performants consultent des rapports de ventes au moins une fois par jour.

Top 10 des cas d'usage de l'analytics dans la vente

Chaque membre de votre équipe commerciale, quel que soit son niveau de compétence, devrait avoir accès à des informations élaborées et pertinentes, susceptibles d'avoir un impact sur son rôle et sur votre entreprise. Sur le terrain, l'analytics facilite la préparation et la planification des interactions clients. Au niveau de la direction, l'analytics permet d'orienter les décisions globales qui renforceront la pénétration du marché.

Dans quels domaines les données ont-elles le plus d'impact dans la vente, et où devriez-vous concentrer vos efforts en matière d'analytics ? Aujourd'hui, les structures commerciales utilisent l'analytics pour :

1 **Cibler avec plus de granularité**

2 **Personnaliser vos interactions**

3 **Transformer les données du CRM en insights plus approfondis**

4 **Améliorer la gestion du pipeline**

5 **Affiner les prévisions**

6 **Limiter les risques liés aux comptes**

7 **Réduire les dépenses**

8 **Doper les performances**

9 **Optimiser les offres et les tarifs des produits**

10 **S'aligner davantage sur les opérations marketing et financières**

1 Cibler avec plus de granularité

Vous tentez d'identifier les leads les plus susceptibles de passer à l'action ? Grâce à l'analytics, vous pouvez rapidement évaluer vos bases de prospects et de clients. Explorez les facteurs démographiques, les historiques d'achats et la stratégie de l'entreprise afin d'identifier les leads les plus prometteurs et d'identifier les meilleurs clients pour les ventes croisées ou incitatives.

Vous pouvez même personnaliser vos listes de contacts pour améliorer vos résultats. En effet, de cette manière, vous vous concentrez sur les opportunités à saisir lors des étapes finales du cycle de vente, en intervenant au plus tôt dans le pipeline, sur des marchés, secteurs et fonctions spécifiques qui se sont avérés lucratifs par le passé.

L'analyse des ventes vous permet de :



Segmenter votre marché de manière plus judicieuse, grâce à des insights plus complets et plus approfondis sur vos clients



Améliorer vos profits grâce à un ciblage adapté aux ventes croisées et incitatives



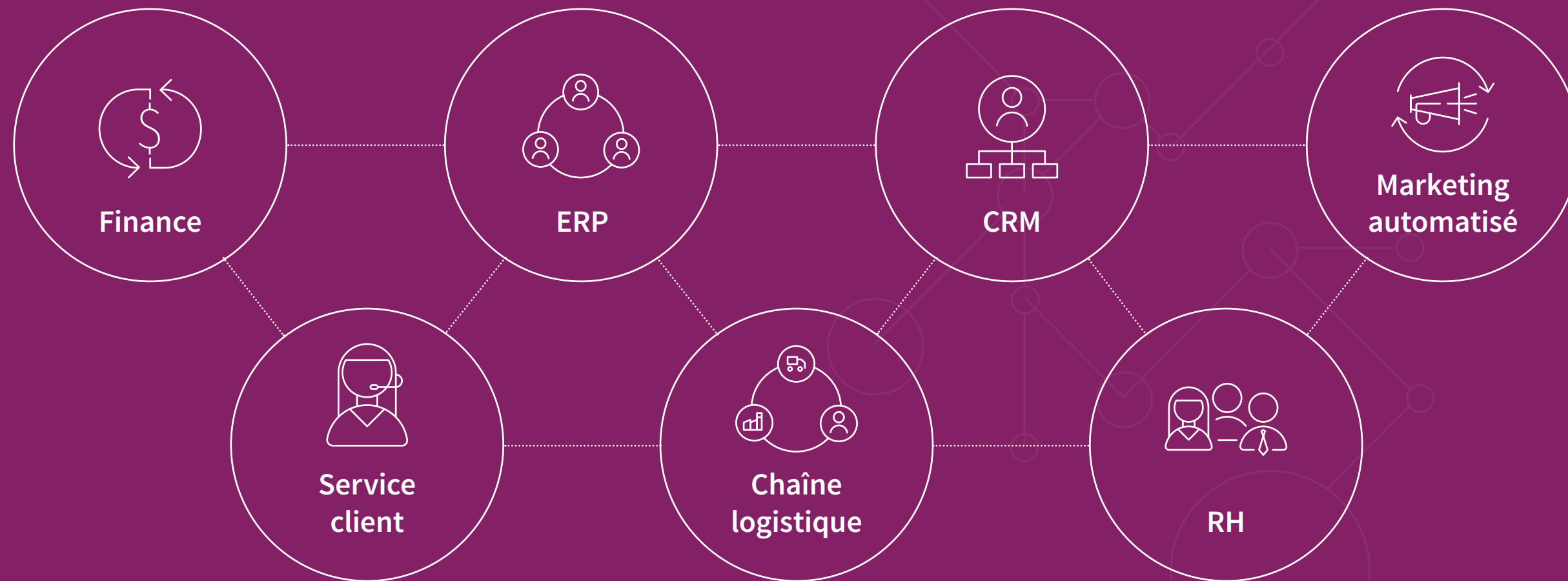
Associer différentes sources pour analyser les facteurs démographiques et sociaux, les historiques d'achat ainsi que les données tierces

« Qlik® a totalement transformé nos processus de travail. Désormais nous avons une vision incroyablement précise de notre réalité présente, et nous l'utilisons pour recentrer nos efforts et faire la différence. C'est ce qui nous a permis de perpétuer nos excellentes performances année après année. »

SARAH FORMAN
BT Financial Group

L'union fait la force

En tentant d'analyser des données organisées en silos, vous passez à côté d'informations précieuses. Rassemblez plutôt toutes vos données au sein d'une plateforme unique afin d'analyser toutes les connexions qui les unissent :



2 Personnaliser vos interactions

Les attentes des clients ont drastiquement changé. Proposer une expérience de qualité est devenu un enjeu crucial pour soutenir la croissance. Avec l'analytics, vous pouvez rassembler les données et commentaires de tous vos clients afin de gérer et d'améliorer leur expérience.

Appréhendez les attentes des clients avec davantage de perspicacité. Identifiez les mesures nécessaires et procédez par priorité. Mesurez vos progrès. Enfin, générez des insights indispensables sur les attentes de vos clients et les offres de produits correspondantes.

Vous améliorerez ainsi la qualité de vos interactions et vos taux de conversion. Au plus vos insights seront approfondis, au plus votre stratégie de vente sera sophistiquée.

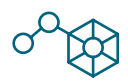
L'analyse des ventes vous permet de :



Gagner en compétitivité en rassemblant au sein d'une plateforme unique toutes vos données clients multicanales, y compris les plus indirectes sur les écosystèmes de partenaires et les performances des fournisseurs



Accéder à des insights complets sur les besoins de vos clients et les offres produits correspondantes, à tout moment, depuis tout appareil



Visualiser les données d'interactions clients en intégrant un nombre illimité de dimensions et analyser ces informations sous tous les angles en vous référant aux sources de données sous-jacentes



3 Transformer les données du CRM en insights plus approfondis

Votre plateforme CRM n'est qu'une bouée de sauvetage. Elle a beau être excellente pour stimuler vos ventes, elle n'offre probablement pas les capacités d'analytics dont vous avez besoin. Le reporting y est généralement statique, la visibilité d'une période sur l'autre inexistante, et elle nécessite également l'intervention d'experts data. Autrement dit, vous devez envoyer des requêtes et attendre les résultats.

Une plateforme CRM vous fournit les informations nécessaires pour gérer vos clients et prospects existants, tandis que l'analyse des ventes vous offre l'intelligence et les insights pour attirer de nouveaux clients et générer les ventes futures.

L'analyse des ventes vous permet de :



Approfondir les données CRM sur les leads, les contacts et les comptes afin de mettre en évidence les données pertinentes et historiques à partir de sources variées, internes ou externes



Permettre à vos utilisateurs d'explorer librement vos données CRM, sous tous les angles, en fonction des régions, des représentants commerciaux, des produits, des étapes du pipeline, et bien plus encore



Bénéficier d'une visibilité sur le comportement client, en temps réel ou presque, afin d'identifier les produits cibles, de calculer les revenus potentiels d'une offre spécifique, d'estimer la durée du cycle de vente, et bien plus encore

4 Améliorer la gestion du pipeline

La gestion du pipeline ne doit pas forcément être fastidieuse, elle peut, grâce à l'analytics, devenir une opportunité d'exceller et de vous démarquer. En effet, en combinant les données issues de différentes sources, vous serez en mesure de créer une vue plus précise et actuelle du processus de vente. De plus, grâce à notre plateforme collaborative, vous pouvez inviter tous les intervenants clés à ajouter du contexte à l'analyse en cours.

L'analyse des ventes vous permet de :



Consulter une vue unique de vos leads, contacts, comptes et campagnes



Visualiser la progression des leads et des opportunités



Estimer vos revenus et concentrer vos efforts sur les meilleures opportunités



Générer des insights approfondis sur chaque proposition de vente, afin d'identifier les opportunités en danger et les étapes pouvant accélérer la clôture du contrat



Analyser en profondeur vos taux de conversion



Durant la première semaine d'utilisation de Qlik, une banque internationale a découvert que 10 % des opportunités de son pipeline n'étaient assignées à aucun agent de crédit. Le problème ? Des feuilles de calcul biaisées. Ce défaut a été immédiatement éliminé et les feuilles de calcul ont été substituées par la plateforme Qlik, qui a été déployée dans l'environnement de production en seulement 45 jours.

5 Affiner les prévisions

L'inexactitude des prévisions et la non réalisation des objectifs ont souvent pour origine (1) des données de pipeline insuffisantes et (2) les capacités analytiques limitées des plateformes CRM. Pour affiner les prévisions des ventes, vous devez avoir une visibilité sur l'ensemble du processus de vente, de la génération de leads à la clôture du contrat. En exploitant les analyses de données sur les tendances, qui combinent des données commerciales, marketing et financières, vous obtenez le contexte nécessaire pour planifier l'avenir en toute confiance.

L'analyse des ventes vous permet de :



Analyser toutes les données actuelles et historiques pour identifier les tendances et les modèles de comportements pertinents, afin d'affiner les analyses de quotas, de benchmarking et les prévisions



Classer des facteurs tels que les chances de clôture, les prochains produits à vendre, la prévision des revenus et la durée du cycle de vente



Vous inspirer des comptes actuels les plus lucratifs et des leads les plus prometteurs pour établir les listes de comptes cibles

6 Limiter les risques liés aux comptes

Attirer et gagner de nouveaux clients n'est pas gratuit, et loin de là. Par contre, fidéliser les clients existants est une tactique bien plus rentable. Et c'est encore plus facile à présent, car vous bénéficiez d'une visibilité accrue sur votre base client, notamment sur les risques d'attrition de chaque compte.

L'analyse des ventes vous permet de :



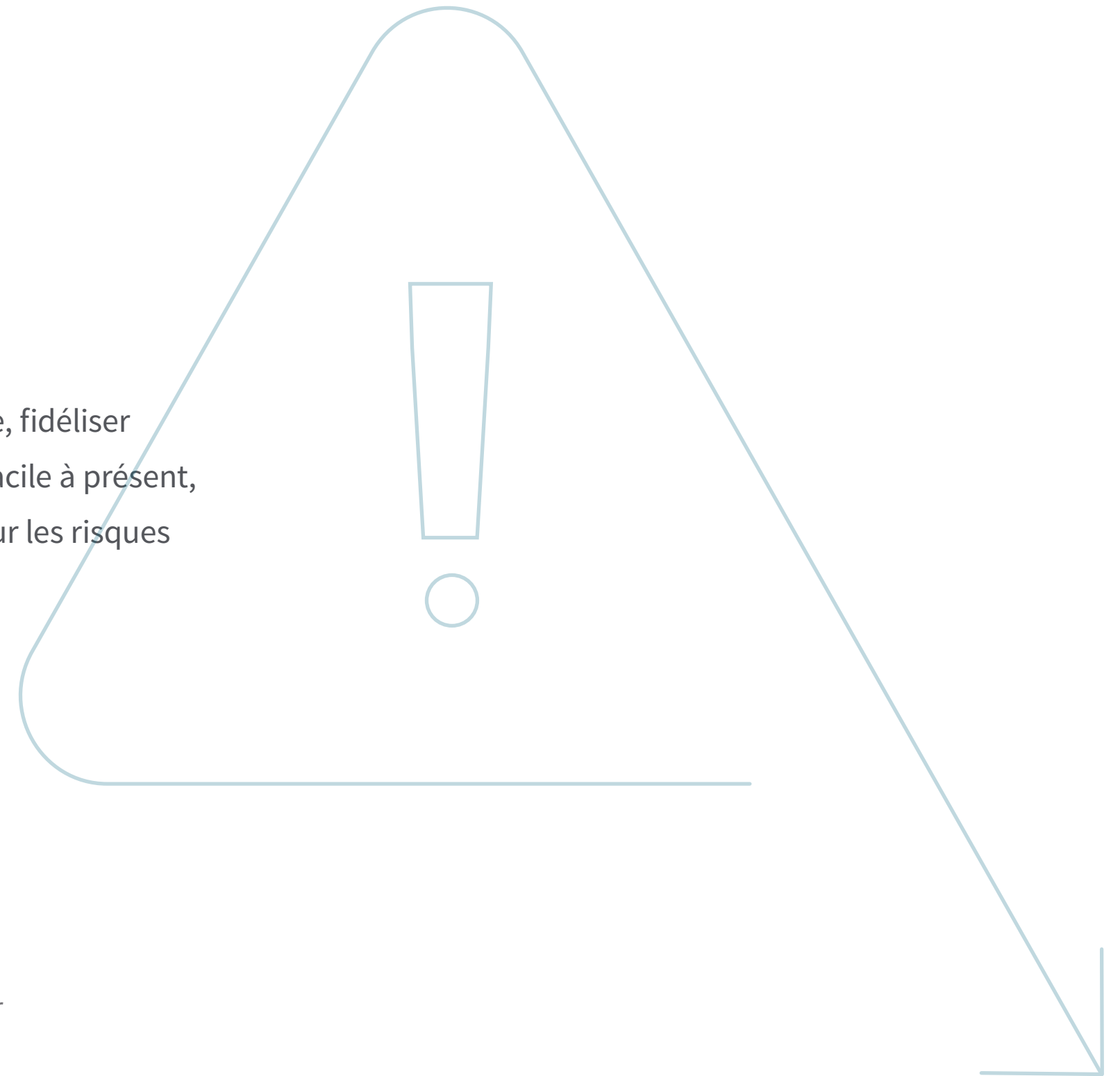
Visualiser votre pipeline en fonction de facteurs de risques et d'étapes personnalisables



Identifier les comptes en danger avant qu'il ne soit trop tard



Réduire le taux d'attrition en agissant précisément sur les comptes en danger



7 Réduire les dépenses

Comment pouvez-vous mesurer l'impact des remises, calculer la rentabilité des mesures incitatives et déterminer à quel moment abandonner une opportunité ? En recourant à l'analytics, bien sûr ! Grâce aux insights qui calculent le rapport bénéfices-risques, vous pouvez tirer parti de ces stratégies commerciales, sans vous en remettre au hasard.

L'analyse des ventes vous permet de :



Allouer et hiérarchiser vos investissements en fonction des opportunités offrant le plus grand retour sur investissement



Éliminer les pratiques inefficaces



Partager vos insights, accélérer vos flux de travail et raccourcir les délais de clôture des contrats



Mesurer le coût réel des articles vendus



LUSH FRESH
HANDMADE
COSMETICS

Grâce à l'analytics, le distributeur britannique de produits de beauté LUSH a pu consolider son accès à de multiples jeux de données, fournir à ses employés un accès en libre-service et en temps réel à des données facilement assimilables et économiser plus d'1 million de livres sterling sur deux ans, en parvenant notamment à améliorer la rotation des stocks de ses produits périssables.



Andersen, le plus grand fabricant de portes et de fenêtres en Amérique du Nord, a amélioré l'efficacité de ses ventes de 15 % en identifiant les opportunités du pipeline, en assurant le suivi des performances commerciales en vue de la réalisation des objectifs et en transformant les rôles au sein de son équipe grâce au reporting différencié et à un accès en libre-service aux données.

8 Doper les performances

Votre équipe est-elle performante ? Vous pouvez le découvrir immédiatement, si vous avez accès aux données des ventes, des quotas et du pipeline par représentant commercial. L'analytics fournit des insights sur toutes les étapes du processus de vente, les marchés cibles, les concurrents et bien d'autres facteurs encore. Vous serez ainsi en mesure d'aider vos vendeurs à mieux gérer et atteindre leurs objectifs. Avec ces insights en main, ils pourront adopter une stratégie plus efficace, et le plus tôt sera le mieux.

L'analyse des ventes vous permet de :



Identifier les besoins en termes de développement et de formation



Détecter rapidement les pratiques inefficaces et changer de stratégie



Mettre en évidence les bonnes pratiques et les partager



Obtenir une visibilité sur les « passages stratégiques » dans le processus de vente

9 Optimiser les offres et les tarifs des produits

Augmentez vos ventes plus rapidement, en associant le bon produit au bon tarif. À l'aide d'une analyse efficace des performances produits, c'est possible ! Vous pourrez ainsi prendre des décisions plus avisées et proactives en fonction de la fin du cycle de vie de vos produits clés, de la saisonnalité et des fluctuations de l'offre et de la demande.

L'analyse des ventes vous permet de :



Identifier les préférences et les comportements d'achat des clients pour guider vos stratégies de vente de produits



Traiter les données des points de vente pour identifier les « paniers d'achat » à fort potentiel qui peuvent améliorer la rentabilité du merchandising, augmenter les volumes d'achat et booster les marges



Exécuter des analyses hypothétiques et aligner les ressources en conséquence pour améliorer les scénarios de tarification et de coûts en vue de meilleurs rendements



Best Buy utilise Qlik pour analyser ses paniers d'achat, afin d'augmenter le montant moyen des transactions à partir des SKU et d'autres attributs tels que le tarif, le fournisseur et la concurrence.

10 S'aligner davantage sur les opérations marketing et financières

L'analytics vous permet d'aligner beaucoup plus facilement votre stratégie commerciale sur vos opérations marketing et financières. Vous pouvez exploiter les insights afin d'améliorer les performances de vos campagnes (même à la volée) et orienter vos décisions en matière d'investissements commerciaux grâce à des données financières clés.

L'analyse des ventes vous permet de :

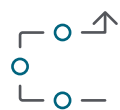
Travailler en partenariat avec le service marketing pour :



Améliorer la segmentation, le ciblage, les programmes de fidélité et les campagnes



Adapter vos offres et tarifs de produits en fonction des zones géographiques



Planifier, exécuter, assurer le suivi et mesurer des initiatives communes

Travailler en partenariat avec le service finance pour :



Prévoir les ressources et les allocations de croissance conformément aux budgets



Réaliser une analyse territoriale agile et adapter votre stratégie en fonction des besoins du marché



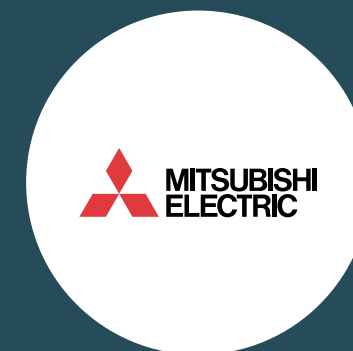
Analyser le coût réel des articles vendus pour mieux appréhender vos dépenses

L'analyse des ventes en action

À quoi ressemble une analyse des ventes efficace ? Elle permet de réinventer les processus, d'obtenir une intelligence client approfondie, d'identifier de nouvelles sources de revenus et d'accroître l'agilité. Elle génère également un ROI important, qui se traduit par des millions de dollars de revenus et d'économies.



Le géant technologique Cisco a rassemblé les données de toutes ses unités commerciales en une seule vue client, permettant ainsi aux forces de vente de stimuler intelligemment les ventes incitatives et croisées et de donner suite aux renouvellements. L'entreprise a pu ainsi générer **100 millions de dollars de nouveaux revenus** et **économiser 4 millions de dollars de coûts**.



En analysant ses performances commerciales, ses opportunités de formation, le volume de travail des centres d'appels et la génération de prospects, Mitsubishi Electric a **amélioré la productivité de ses agents de centres d'appels de 10 à 20 %** et **réduit le coût de ses leads Web de 10 %**.



HDFC, la deuxième plus grande compagnie privée d'assurance vie d'Inde, a utilisé l'analytics pour élaborer un modèle de prise de décision stratégique, **accélérant ainsi sa croissance de 17 %**, **économisant 500 000 dollars** et **améliorant ses temps de réponse de 50 %**, le tout en moins de deux ans.



Après avoir intégré l'analyse des ventes dans ses solutions logicielles client dans les secteurs du sport, du divertissement et de l'hôtellerie (permettant ainsi l'analyse en temps réel ou presque du comportement client), MPower MSL a constaté **une augmentation de 378 % de ses revenus sur une seule année**.



Chez Lenovo, un géant technologique international, environ 400 employés ont désormais accès à l'analytique avancée. Dans leur application d'analyse des tendances historiques, ils peuvent rapidement contrôler l'activité des clients au fil du temps et évaluer la croissance (ou la stagnation) des comptes vis-à-vis des quotas. Pour transférer des données, il leur fallait auparavant entre 45 minutes et une heure contre **moins d'une minute** à présent.

Les ventes modernes exigent une solution d'analytics moderne.

Vous voulez prendre une longueur d'avance sur vos concurrents ? L'analytics vous fournit les insights dont vous avez besoin pour travailler plus intelligemment, agir plus rapidement, collaborer et échanger des informations, innover et apporter des changements décisifs.

Pour extraire la plus grande valeur possible de vos données, assurez-vous d'adopter l'approche adéquate :

- 1 Élaborez une stratégie d'analytics : définissez clairement les indicateurs clés qui ont le plus d'impact sur les performances.
- 2 Gérez la complexité des données : rassemblez toutes vos données, quelle que soit leur source, au sein d'une plateforme unique.
- 3 Démocratisez l'analytics : permettez à chaque membre de votre entreprise, quelles que soient ses compétences, de faire de réelles découvertes dans les données.
- 4 Tirez parti des nouvelles technologies : profitez de fonctionnalités modernes, telles que l'Edge Analytics, les suggestions de l'intelligence augmentée, et bien plus encore.

Découvrez comment l'analyse des ventes de Qlik aide votre équipe à se transformer et à être compétitive à l'ère digitale, en vous livrant des informations utiles qui vous permettent de réinventer vos processus, redéfinir les expériences clients, découvrir de nouvelles sources de revenus et équilibrer le rapport bénéfices-risques.

EASYNEO vous accompagne par son expertise pour aller plus loin et plus vite grâce aux solutions d'analyse et d'intégration de données de bout en bout. Devenez une entreprise data-driven.

INTÉGRATION DE DONNÉES

Déployez les DataOps pour l'analytics afin de livrer en temps quasi réel des données fiables et prêtes à l'emploi.

ANALYSE DE DONNÉES

Placez les informations exploitables au cœur de chaque décision grâce à la plateforme de BI la plus complète du marché.

Pour en savoir plus, rendez-vous sur easyneo.fr



Qlik s'est donnée pour mission le développement d'un monde « data-literate », où chacun peut exploiter les données pour relever ses défis. Seule la plateforme d'analyse et de gestion des données de bout en bout de Qlik réussit à rassembler toutes les données d'une organisation, quelle que soit leur source, afin de donner à tous les employés d'une entreprise les moyens de découvrir de nouvelles informations. Les entreprises utilisent Qlik pour mieux comprendre le comportement client, réinventer les processus métier, découvrir de nouvelles sources de revenus et équilibrer le rapport bénéfices-risques. Qlik exerce ses activités dans plus de 100 pays et offre ses services à plus de 48 000 clients à travers le monde.

¹ Lock, Michael, « Data Diversity and Cutting-Edge Insight for Sales and Marketing », Aberdeen Group, août 2016.