



Les données : la clé de l'innovation pour les Sales Operations



Votre équipe Sales Operations est-elle à la pointe de l'innovation ? Disposez-vous des informations exploitables dont vous avez besoin pour prendre des décisions en temps réel ? Maîtrisez-vous l'analytique avancée et êtes-vous en mesure de garantir la réussite de votre équipe grâce aux découvertes faites dans vos données ? Les équipes Sales Operations jouent aujourd'hui un rôle essentiel dans la stratégie des entreprises, et celles-ci prennent conscience que tout avantage concurrentiel passe obligatoirement par l'utilisation extensive de l'analytique.

Et il y a une telle quantité de données ! 2,5 exaotets de données sont créés chaque jour, **d'après IBM**. Bien que le secteur commercial ait toujours été plus lent en matière d'adoption de technologies d'exploitation des données, l'heure de la révolution a sonné. Les autres business units se mettent également à l'analytique, qui devient à la fois une priorité et un investissement dans les entreprises de toutes tailles.

À la fois une véritable opportunité et un réel impératif commercial, l'analytique avancée joue un rôle de plus en plus indispensable pour toute organisation commerciale moderne qui veut réussir. Les trois pratiques suivantes vous permettront de faire la différence et d'ouvrir de nouveaux horizons pour vos ventes.

Sommaire

Pratique 1 : Choisissez une technologie analytique adaptée à la nouvelle ère	3
Pratique 2 : Passez d'une approche analytique a posteriori à une approche plus intentionnelle	3
Pratique 3 : Appuyez-vous sur l'analytique avancée pour booster vos performances et pour réussir	5
Exemples concrets de réussite grâce aux données	5
Sales Operations : l'arme secrète pour booster les performances	6



Pratique 1 : Choisissez une technologie analytique adaptée à la nouvelle ère

Le comportement des clients évolue en permanence, et les équipes Sales Operations se doivent de garder une longueur d'avance sur les tendances. Votre équipe utilise peut-être des plates-formes comme Square, Venmo, Workfront ou Eloqua, ou s'intéresse aux technologies émergentes comme les blockchains. En parallèle, il est important de conserver des systèmes populaires existants, pour les clients plus lents à adopter des technologies comme les transactions à commande vocale.

En marge des pressions externes exercées par leurs clients, les entreprises doivent gérer les évolutions internes à mesure que de plus en plus de services participent à l'effort de vente. En effet, de nombreux produits ne sont plus vendus seulement par les commerciaux, mais par des équipes composées d'ingénieurs, de consultants, d'analystes et d'experts des produits ou des secteurs qui collaborent pour identifier ce qui répond le mieux aux besoins des clients.

Les ventes aujourd'hui sont un environnement dynamique qui implique flexibilité et ouverture au changement pour l'ensemble de l'équipe commerciale, et plus particulièrement pour l'aspect opérationnel. En tenant compte de toutes ces pressions et ces évolutions, il est essentiel pour les Sales Operations de s'adapter aux besoins des clients et d'évaluer les investissements technologiques à réaliser en priorité.

À mesure que vous intégrez de nouvelles technologies de vente, chaque produit ou solution ajoute à la complexité de vos systèmes IT et de gestion des données. Pourtant, malgré vos investissements et le temps que vous y avez consacré, vous n'êtes toujours pas en mesure de profiter d'une vue d'ensemble de vos données, et vous vous demandez si toutes ces technologies ont vraiment un impact positif.

Pour bien comprendre les données générées par tous les systèmes et les transformer en informations exploitables, vous avez besoin d'une plate-forme analytique flexible et intégrée. Optez pour une solution qui renforce la communication, la transparence et la compréhension, et qui vous donne une vue d'ensemble de vos activités commerciales. Une plate-forme analytique évolutive et professionnelle vous aide à révolutionner vos processus. Avec les bonnes informations et une vue claire des changements à effectuer, les équipes commerciales peuvent améliorer la précision de leurs prévisions, définir des quotas plus pertinents et gérer leur pipeline plus efficacement.

Pratique 2 : Passez d'une approche analytique a posteriori à une approche plus intentionnelle

En analysant les chiffres en matière d'adoption, il apparaît clairement que la plupart des équipes commerciales ont l'opportunité de booster leurs initiatives en matière de données et d'analytique. Cette révolution ne se fera cependant pas du jour au lendemain, et le changement de culture doit s'opérer à tous



les niveaux de l'entreprise. Quand une solution analytique est mise en œuvre, l'impact est net : [McKinsey & Company révèle](#) que les entreprises qui mettent en place une structure Sales Operations s'appuyant sur l'analytique et la technologie peuvent au départ améliorer de 20 à 30 % la productivité de leurs équipes, puis jusqu'à 10 % les années suivantes.

Voici quelques recommandations pour révolutionner votre culture de vente et profiter des avantages de l'analytique dans votre entreprise.

- **Repensez votre approche du recrutement** : recrutez et développez des talents, comme des data scientists, qui sont en mesure de structurer des questions pertinentes pour interroger vos données, de réaliser les analyses nécessaires et d'interpréter les résultats.
- **Réinventez les processus de vente** : tenez compte du rythme de vos activités, notamment les processus hebdomadaires, mensuels, trimestriels ou annuels, quel que soit le groupe ou le pays dans lequel vous vous trouvez. Intégrez l'analytique dans les différents processus de planification pour vos comptes et vos territoires, et dans le workflow de gestion des opportunités.
- **Simplifiez vos feuilles de route IT** : assurez la cohésion grâce à une infrastructure IT optimisée pour évaluer l'origine des données et déterminer une source principale pour toutes vos données de vente. Cette approche nécessite la mise en place d'une gouvernance pour garantir l'intégrité de vos données. Notre webinar [Mise en place d'un cadre de gouvernance](#) explique les avantages d'une collaboration entre l'IT et les métiers pour trouver le bon équilibre entre agilité et contrôle des données, et évoque le développement d'un processus de gouvernance des données.
- **Prenez les devants et définissez un modèle de données** : adoptez un modèle qui donne une vue d'ensemble de vos clients et permet une micro-segmentation. En évaluant les différentes technologies BI, optez pour une plate-forme analytique qui propose justement ce type d'approche holistique.
- **Privilégiez une communication quasi immédiate des résultats** : faites en sorte de communiquer à vos commerciaux cette vue globale et les découvertes qui en découlent précisément au moment où ils en ont besoin.

Mais aussi :

- **Restez à l'écoute de vos commerciaux** pour bien comprendre leurs performances et leurs expériences, et pour repérer ce qui fonctionne ou ne fonctionne pas.
- **Ajoutez une couche analytique à votre système CRM** à l'aide de la technologie adéquate pour améliorer la planification et la précision des prédictions.
- **Déployez vos fonctionnalités en vous focalisant davantage sur la planification des ventes** au lieu de privilégier la gestion de projets. Pour cela, vous devez aller plus loin que les données de base sur vos clients et utiliser l'analytique avancée pour identifier les fonctionnalités prédictives et mettre en place des opportunités adéquates pour les clients susceptibles d'effectuer des achats.



Pratique 3 : Appuyez-vous sur l'analytique avancée pour booster vos performances et pour réussir

Avec une plate-forme analytique capable de réunir toutes vos données, vous êtes équipé pour rester à la pointe de l'innovation et conseiller efficacement vos équipes commerciales, mais aussi et surtout pour jouer un rôle stratégique.

Comment choisir où appliquer ces fonctionnalités analytiques avancées pour maximiser l'impact pour vos équipes ? L'analytique joue un rôle essentiel quand il s'agit de soutenir la stratégie et la planification, faciliter la vente, et gérer les projets et les performances. En premier lieu, vous devez définir les scénarios prioritaires avec vos responsables commerciaux et déterminer ensemble où concentrer vos efforts.

Certaines équipes peuvent préférer appliquer l'analytique avancée à la segmentation du flux des contrats en fonction des caractéristiques des comptes et des clients, alors que d'autres choisiront plutôt de réévaluer et modifier le processus de recrutement ou d'ajuster le système d'évaluation des performances d'après des critères basés sur les données. La limitation des risques est également un objectif prioritaire pour la plupart des équipes commerciales, notamment pour les responsables et les gestionnaires de comptes. Toutes les entreprises peuvent s'appuyer sur l'analytique avancée pour comprendre les aspects qui affectent les taux d'attrition ou l'offre et la demande, et ainsi générer un impact positif.

Exemples concrets de réussite grâce aux données

Cisco

L'équipe commerciale de Cisco devait faire face à des problèmes d'irrégularités dans son reporting, dues à des sources de données disparates et des rapports obsolètes créés dans des feuilles de calcul. Grâce à la puissance de l'analytique avancée et de la visualisation, elle a réussi à collecter des informations dynamiques et exploitables en provenance de son entrepôt de données, et ainsi s'affranchir de ses centaines de solutions de reporting compartimentées en optant pour une solution d'entreprise unique à la fois flexible et sécurisée. L'équipe profite ainsi d'un reporting ad hoc plus efficace, et les passages en revue trimestriels de ses activités et entonnoirs des ventes génèrent des améliorations tangibles.

International Game Technology PLC (IGT)

L'équipe commerciale d'IGT se retrouvait bloquée par des données obsolètes sur ses produits, ce qui l'empêchait de remplacer les machines les moins performantes. En intégrant une solution analytique à sa plate-forme CRM (Salesforce), la société a permis à ses équipes de vérifier les performances des jeux, de suivre l'état des ventes et d'analyser son pipeline, même directement sur le terrain. Les commerciaux ont ainsi pu prendre des décisions immédiates pour répondre aux besoins de leurs clients et de leurs activités.



Stryker Endoscopy

Stryker Endoscopy éprouvait des difficultés à consulter, agréger et mettre en forme les données de son système ERP pour les transformer en informations exploitables. La société a choisi une solution de découverte des données en libre-service pour booster ses ventes et optimiser son processus de performances opérationnelles. Cela lui permet désormais de surmonter tous les obstacles qui l'empêchaient de définir sa planification opérationnelle et sa stratégie pour les ventes et le marketing et se traduisaient par un manque à gagner de l'ordre de plusieurs millions de dollars. La société profite maintenant d'une visibilité à long terme sur l'offre et la demande et sur les risques liés aux commandes en suspens.

Sales Operations : l'arme secrète pour booster les performances

Avec des informations exploitables fiables, vous êtes mieux à même de faire la jonction avec les autres services de l'entreprise, comme la finance, le marketing, les ressources humaines et l'IT. Une collaboration solide entre tous ces groupes se traduit par une amélioration de l'efficacité pour de nombreuses opérations, de la planification des ventes au recrutement, en passant par la gestion des leads et le développement de nouveaux marchés.

Au lieu d'essayer tant bien que mal de suivre les demandes de toutes les équipes pour mesurer leurs performances, vous disposerez d'informations fiables qui vous permettront d'émettre des recommandations adaptées. Pour couronner le tout, ces informations et recommandations refléteront vos activités en temps réel et permettront d'adopter une approche plus tournée vers l'avenir.

Enfin, l'utilisation de technologies prédictives et d'IA pour analyser vos ventes a également des avantages financiers. La gestion des ressources est toujours problématique, et l'augmentation des effectifs n'est pas toujours la solution la mieux adaptée. Grâce aux technologies prédictives, vous pourrez déterminer plus efficacement comment déployer vos ressources pour maximiser leur impact. Cette rationalisation permet ainsi d'optimiser la main-d'œuvre nécessaire, et de réduire les coûts en conséquence.

Si vous êtes prêt à explorer plus rapidement et efficacement vos données de vente, rendez-vous sur notre page des [solutions analytiques pour les ventes](#). Vous y trouverez toutes les informations dont vous avez besoin pour offrir une multitude de nouvelles possibilités à vos équipes.





À propos de Tableau

Tableau vous aide à transformer vos données en informations exploitables. Découvrez les possibilités infinies de l'analytique visuelle. Créez des tableaux de bord et effectuez des analyses ad hoc en seulement quelques clics. Partagez vos documents de travail avec les personnes de votre choix et marquez les esprits. Du simple analyste observant des performances de vente spécifiques au directeur commercial s'intéressant aux performances globales du pipeline et à la possibilité d'atteindre des cibles qui correspondent aux objectifs de l'entreprise, tout le monde utilise Tableau pour voir et comprendre ses données.