

LE CHEMIN VERS L'EXCELLENCE : 5 étapes pour exploiter efficacement la data dans votre cabinet

Par Hexagone Stratégie

#01 Les sources de data

Où collecter la donnée pour mon cabinet ?



Le site web du cabinet

Grâce aux bons outils de webanalytics, votre site web est une source riche en informations.

Quelques indicateurs intéressants à connaître

Les sources de trafic du site, les pages les plus vues, le taux d'engagement, le taux de conversion.



Les données ouvertes (open data)

Les données ouvertes sont librement accessibles et permettent de comprendre les tendances pour vos clients.



Les réseaux sociaux

Les réseaux sociaux permettent de collecter des données sur le comportement de votre audience.



Les outils de production

Les outils de production sont une mine d'or de data pour guider les actions de votre cabinet.

#02 Stocker la data

Qualifier la donnée

Classer la donnée, la catégoriser, lui attribuer une signification.

Pourquoi ?

Contextualiser la donnée permet de mieux comprendre vos clients & prospects.

Construire un data model

Construire une représentation structurée des données pour exploiter efficacement les informations clients & prospects.

#03 Maximiser ses opportunités de vente & fidéliser grâce à un CRM

Mettre en place un processus commercial

L'art de convertir des leads en clients

Service-level agreement (SLA)

J'y vais ou non ?

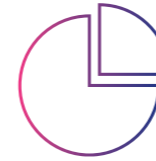
Le SLA consiste à prioriser les requêtes en fonction de leur importance et s'assurer que votre équipe répond aux attentes des clients grâce à une bonne utilisation de la data.

Le CRM pour gérer les comptes clients & prospects

Segmenter la donnée permet de personnaliser la communication pour de meilleurs résultats.

Exemples de segments de data

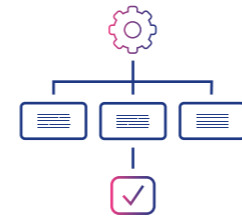
- Type d'entreprise
- Secteur d'activité
- Besoins comptables spécifiques
- Fréquence des services
- ...



Proposer la bonne offre aux bons segments

Segmenter & exploiter la donnée permet de concevoir une offre sur-mesure en fonction des besoins de vos segments.

Workflow : automatiser pour plus d'efficacité



Des séquences automatisées de tâches, d'actions ou de processus, qui sont déclenchés en réponse à des événements spécifiques.

Scoring : Pour prioriser les clients potentiels les plus prometteurs

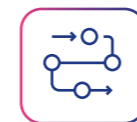
Scorer les leads permet d'établir des priorités pour répondre efficacement aux leads les plus intéressants. Scorer permet également d'augmenter le taux de conversion des clients.

Sales Enablement : Équipez son processus de vente



Templates

Créez des communications impactantes en un clin d'oeil.



Séquences

Automatisez vos communications avec précision.



Snippets

Réutilisez vos messages clés pour gagner du temps et de l'impact.

Pipeline de vente

Étape 1

Définir les phases du pipeline : Cartographiez votre chemin de vente pour identifier chaque étape.

Étape 2

Automatiser le pipeline de vente : Gagnez du temps & gagnez des clients.

Créer un système de ticketing

Fidélisation, Up-sell & Cross-sell simplifiés.

Avantages d'un système de ticketing

Gérez les tickets du service client depuis une boîte de réception partagée. Organisez votre équipe, priorisez les requêtes et optimisez l'efficacité du support client.

Reporting en temps réel

Les tableaux analytics en temps réel permettent d'être beaucoup plus proactif.

#04 Exploitation de la data

Data visualization

Connexion API

Intégration des sources de données de vos outils de production dans votre CRM pour enrichir les informations.

Prédictif avec Intelligence Artificielle

Utilisation de l'IA pour anticiper les tendances et les besoins futurs à partir des données actuelles.

#05 Onboarding client

Automatisez le processus d'accueil client

Intégration des sources de données de vos outils de production dans votre CRM pour enrichir les informations.

Exemples de tâches à automatiser

- Envoi du livret d'accueil
- Attribution d'une équipe au dossier client
- Présentation de l'équipe au client
- Collecte de pièces complémentaires
- Génération de tâches en gestion interne

Suivi client

Rendez-vous : Organisation de rencontres régulières pour discuter des besoins et des progrès.

Tableau de bord personnalisé pour le suivi des données et des indicateurs clés.

CA par Client ou par Mission : Analyse du chiffre d'affaires généré pour chaque client ou mission.

Données de satisfaction client

Collecte systématique de retours de la part des clients grâce à des enquêtes pour évaluer leur niveau de satisfaction et identifier des opportunités d'amélioration.