

DU CRM À LA VENTE AVANCÉE :  
**6 étapes pour une stratégie de développement client**

Par Hexagone Stratégie

## #01 Centraliser la data : le pilier du succès



### Le CRM pour centraliser

Les sources de données sont nombreuses : **analytics, open data, outils de production & GI...** Centralisez toutes les sources d'information sur votre CRM grâce aux **connexions API**.



### 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.

## #02 Optimiser ses processus commerciaux

### 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 segment de data

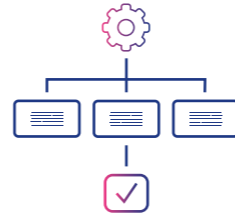
- Type d'entreprise
- Secteur d'activité
- Besoins comptables spécifiques
- Fréquence des services
- ...



### Une offre adaptée et orientée client

Grâce à une bonne utilisation de la data, votre cabinet peut créer une relation personnalisée et unique avec ses clients. Les données comportementales, l'historique des interactions (achats, contacts, review, sav, ...) permettent de personnaliser la relation et de proposer une offre adaptée.

### 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.

#### Avantages des workflows

*Les workflows jouent un rôle essentiel dans un processus commercial réussi en automatisant les tâches, en garantissant la cohérence, et en offrant une visibilité complète sur le pipeline de vente.*

### Scoring : Pour prioriser les clients potentiels les plus prometteurs

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

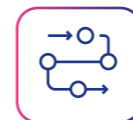
## #03 Sales Enablement : les outils de la victoire commerciale

Le Sales Enablement est un processus stratégique qui a pour but de mettre le bon contenu à disposition des équipes commerciales pour susciter l'intérêt de leurs clients de manière plus efficace.



#### 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.

## #04 Créer le pipeline de vente

Un pipeline de vente est un processus structuré qui représente les différentes étapes par lesquelles passe un prospect depuis son premier contact avec une entreprise jusqu'à la conversion en client.

#### 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.

## #05 Fidélisation client : Cultivez des relations durables



### Nouveau client : Automatisez le processus d'accueil

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 tâche en gestion interne



### Ticketing : Répondez rapidement aux besoins de vos clients

Un outil de ticketing permet de **mieux organiser** vos équipes, de **prioriser les requêtes**, et de **réduire les délais de réponse** pour offrir un service client optimal.



### Des e-mailings réguliers

Pour maintenir une relation solide, offrir des **conseils pertinents** et renforcer la fidélité client tout en offrant des **opportunités de vente supplémentaires**.



### Up-sell & cross-sell

Les actions de fidélisation renforcent la relation client et la confiance, créant ainsi un terrain favorable pour l'identification et la promotion réussie d'opportunités d'up-sell (vente additionnelle) et de cross-sell (vente croisée).

## #06 Reporting en temps réel

- Tableau de bord personnalisé pour suivre vos performances.
- CA par Client ou par Mission : Analyse du chiffre d'affaires généré pour chaque client ou mission.