

Le guide des *(super méga)*

BONNES PRATIQUES

d'**AVANT-VENTE** 

NOTE DE LA RÉDACTION

*Collecter des données, c'est comme composer une chanson à succès : il faut trier les notes dissonantes pour créer une mélodie harmonieuse. **

Nous avons le plaisir de vous proposer notre 3^e édition du Guide des (super méga) bonnes pratiques, dédié à la prospection commerciale et à l'avant-vente.

On vous voit là. Oui, vous, là. Vous qui êtes commercial. Vous qui n'avez jamais de temps. Vous qui voulez des process clairs et simples à mettre en place. Vous qui adorez le moindre outil qui peut vous aider à atteindre vos objectifs. Oui, c'est à vous qu'on parle !

Notre volonté à travers ce guide : partager des réflexions, des pratiques et des axes d'optimisation pour améliorer vos process d'avant-vente. Retour d'expérience garanti puisque c'est à travers des échanges quotidiens avec nos utilisateurs que nous sommes en mesure de vous synthétiser ces bonnes pratiques.

Ce guide n'est pas une formation complète sur le monde merveilleux du commerce en ESN.

Ce guide est une liste non exhaustive d'actions concrètes à tester pour accélérer votre cycle de vente à travers 4 points clés.

Vous êtes en quête des meilleurs conseils pour animer votre pipe commercial ? Ce guide est pour vous.

Vous souhaitez optimiser votre process d'avant-vente ? Ce guide est pour vous.

Vous recherchez des solutions pour plier le game et diriger le monde en construisant des machines, qui construiront d'autres machines, qui construiront d'autres machines, jusqu'à que vous soyez le maître du monde mouhahahahaha. *Heu ... là, non, nous ne sommes pas sûrs de pouvoir vous aider.*

**Dans nos précédentes éditions, nous mettions en avant les citations de nos popstars préférées, mais celle-ci nous vient de ChatGPT. Remarquez, c'est aussi un peu une popstar non ?*

NOTRE MISSION ?

FAIRE GAGNER DU TEMPS ET RENDRE PLUS EFFICACES VOS RECRUTEURS, COMMERCIAUX ET ADMINISTRATIFS.

- 01** SOURCING 
- 02** IDENTIFIER ET RÉPONDRE À UN BESOIN 
- 03** COLLABORER AVEC LE RECRUTEMENT 
- 04** CLOSING 

01

■■■ SOURCING

BEAUCOUP ENCORE
IL TE RESTE À APPRENDRE.

Maître Yoda

GÉRER SON TERRAIN DE JEU

Savez-vous à qui vous parlez ?

Pour adapter votre approche, certaines données constituent la clé de compréhension pour bien connaître son interlocuteur :

- Taille (grand compte, middle market ...)
- Secteur
- Types de profils recherchés
- Poste et position hiérarchique
- Potentiel de décision

Définir ses personas est une étape indispensable pour bien comprendre sa cible et comment l'adresser. Réaliser ces portraits types en groupe est d'ailleurs un excellent exercice d'équipe commerciale.

Pensez à enrichir le périmètre technique et le périmètre fonctionnel de vos fiches Contacts dans BoondManager.

Les champs Domaines et Outils sont disponibles depuis chaque fiche Contact. Vous ne les connaissez pas ? Ce sont pourtant les mêmes référentiels que votre équipe Recrutement/RH qualifie dans le dossier technique de vos candidats et ressources ! Vous détectez un profil pépite mais vous n'avez aucune mission à lui proposer ? Retrouvez, en quelques clics, les contacts qui seront intéressés par ce profil grâce à ces référentiels communs !

L'app OrganizationChart vous permet également de cartographier les contacts de chacune de vos sociétés.

Pensez à l'installer et à la rendre disponible pour l'ensemble de votre équipe. Vous pourrez ainsi créer un organigramme depuis chaque fiche Société.

N'oubliez pas de vérifier si le champ Téléphone de vos contacts est bien renseigné ; toujours utile pour la fonction de reconnaissance des numéros de notre application mobile ;)

QUALIFICATION CRM

Comment contrer l'obsolescence des données ?

En définissant des règles de qualification dans votre processus de vente qui sont claires, atteignables et compréhensibles de tous.

Traduisez ce process de qualification avec des listes de tâches dans BoondManager.

Vous pourrez accompagner vos équipes sur les bonnes pratiques de saisie en affichant sur chaque fiche les données définies comme indispensables.

Soignez vos mises à jour !

Développez des routines de mise à jour via des actions simples :

- Recherchez dans votre base CRM les fiches qui n'ont fait l'objet d'aucune mise à jour depuis X mois.
- Recherchez dans votre liste de contacts les fiches qui n'ont fait l'objet d'aucune action ces X derniers mois.

En bref, ne laissez plus personne sur la touche !

Soyez à l'écoute du marché. Identifiez les événements récents qui peuvent être générateurs de business : rachat, fusion, contact qui change de société. En plus, ça tombe bien car sur BoondManager, vous pouvez à tout moment réaffecter une fiche Contact à une nouvelle fiche Société, et ce, sans perdre votre historique ;)

ADMINISTRER ET STRUCTURER

Nommez un responsable qualité.

Suivi des procédures, mise à jour des politiques, modèles emailing, modèles d'actions, listes de tâches n'hésitez pas à nommer un responsable qualité, qui sera garant du bon fonctionnement de vos process commerciaux.

Quelques chiffres Hubspot :

- 30% des rendez-vous commerciaux sont acceptés dès le premier contact.
- Plus de 81 % des ventes se font après le 5^e appel téléphonique.
- L'accès à des données améliorées peut réduire le cycle de vente de 8 à 14 %.

02

IDENTIFIER ET RÉPONDRE À UN BESOIN

LE CLIENT VEUT UNE VOITURE AVEC DEUX ROUES, JE FAIS COMMENT CHEF ?

COMPRENDRE UN BESOIN

Structurer la collecte d'informations est une étape fondamentale pour votre recherche.

Définissez avec vos équipes des modèles d'actions qui les aident à cerner le contour du projet :

- Problématiques
- Enjeux
- Solutions attendues
- Calendrier de mise en oeuvre
- Profil recherché

Effectué en amont, cette prise de notes favorisera le travail d'écriture et de qualification de vos besoins (voire même de vulgarisation lorsque vous allez briefer vos recruteurs) et optimisera en toute logique la lisibilité de votre pipe commercial.

Vous avez rendez-vous chez votre client pour réaliser cette prise de besoin ? Rédigez directement votre action depuis votre téléphone avec l'application mobile de BoondManager !

Confirmer sa proposition de valeur.

Bien comprendre un besoin consiste à être capable de le reformuler et à le réitérer :

- Ai-je des cas clients similaires ?
- Quelles solutions avons-nous apporté ?
- Qu'est-ce qui n'avait pas fonctionné ?
- Y'a-t-il des risques identifiés ?

Ce sont les réponses à chacune de ces questions qui vous permettront de construire une réponse argumentée.

Ne négligez pas les interlocuteurs Métier !

Une erreur fréquente, notamment quand on adresse des projets à enjeu technologique, c'est de ne parler qu'aux interlocuteurs techniques (souvent décisionnaires). N'oubliez pas que les équipes Métier ont un vrai pouvoir d'influence sur les solutions que vous proposerez !

ACTION, RÉACTION !

Vous avez détecté une nouvelle opportunité ? Faites-le savoir !

Une fois votre besoin créé et qualifié dans BoondManager, ouvrez un fil de discussion pour notifier vos recruteurs, ou encore, partagez tout simplement votre fiche Besoin auprès d'un groupe de managers pré-défini.

Coucou les boomers ! Si chez vous, on utilise encore les bonnes vieilles listes de diffusion emailing pour partager des informations, jetez un œil aux partages dans BoondManager : vous allez faire un saut dans le temps ;)

Suivez votre pipe commercial de près !

Mettez à jour régulièrement les états de vos besoins et positionnements, et exploitez les vues Kanban pour voir facilement où en est chaque affaire. Vous pouvez aussi vous construire des tableaux de bord personnalisés afin d'avoir une vision d'ensemble de votre activité à un instant T et ne plus rien manquer !

Alimentez votre journal de bord

Saisissez vos actions au fur et à mesure, synchronisez vos rendez-vous avec votre agenda (grâce à nos applications Microsoft ou GCalendar), programmez-vous des alertes pour gérer toutes vos deadlines ! Bref, BoondManager vous aide à être au taquet, alors pourquoi s'en priver ?

Savez-vous calculer le coût de votre inaction ? Vous pouvez par exemple calculer le nombre d'affaires perdues versus le nombre d'actions réalisées et leurs délais de réalisation... Moins précis que le ROI, calculer son inaction permet toutefois d'identifier des axes d'optimisation dans son process commercial.

En 2014, la SNCF a commandé 341 rames TER trop larges pour pouvoir passer entre tous les quais des gares françaises. Ce raté a eu pour conséquence de devoir raboter 1 300 quais pour un coût estimé à 50 millions d'euros. Aïe !

03

■■■ COLLABORER AVEC LE RECRUTEMENT

VIENS JOUER COPAIN, SEUL ON VA VITE,
ENSEMBLE ON VA PLUS LOIN.

DÉFINIR UN PLAN D'ACTION

Je sais ce que je veux et je le veux maintenant !

Vous avez donc fait un saut à la boulangerie du coin de la rue pour débarquer avec votre meilleur sourire dans l'open space et distribuer des gourmandises au recrutement afin qu'ils vous aident à trouver la pépite avant tout le monde. *Bon, ok, parfois, cela fonctionne.* Mais si à la place vous tentiez de co-construire un process qui vous permet de gagner en efficacité ?

Nous l'avons vu dans le précédent chapitre, vous avez communiqué via un partage ou un fil de discussion votre besoin auprès du recrutement, que fait-on ensuite ?

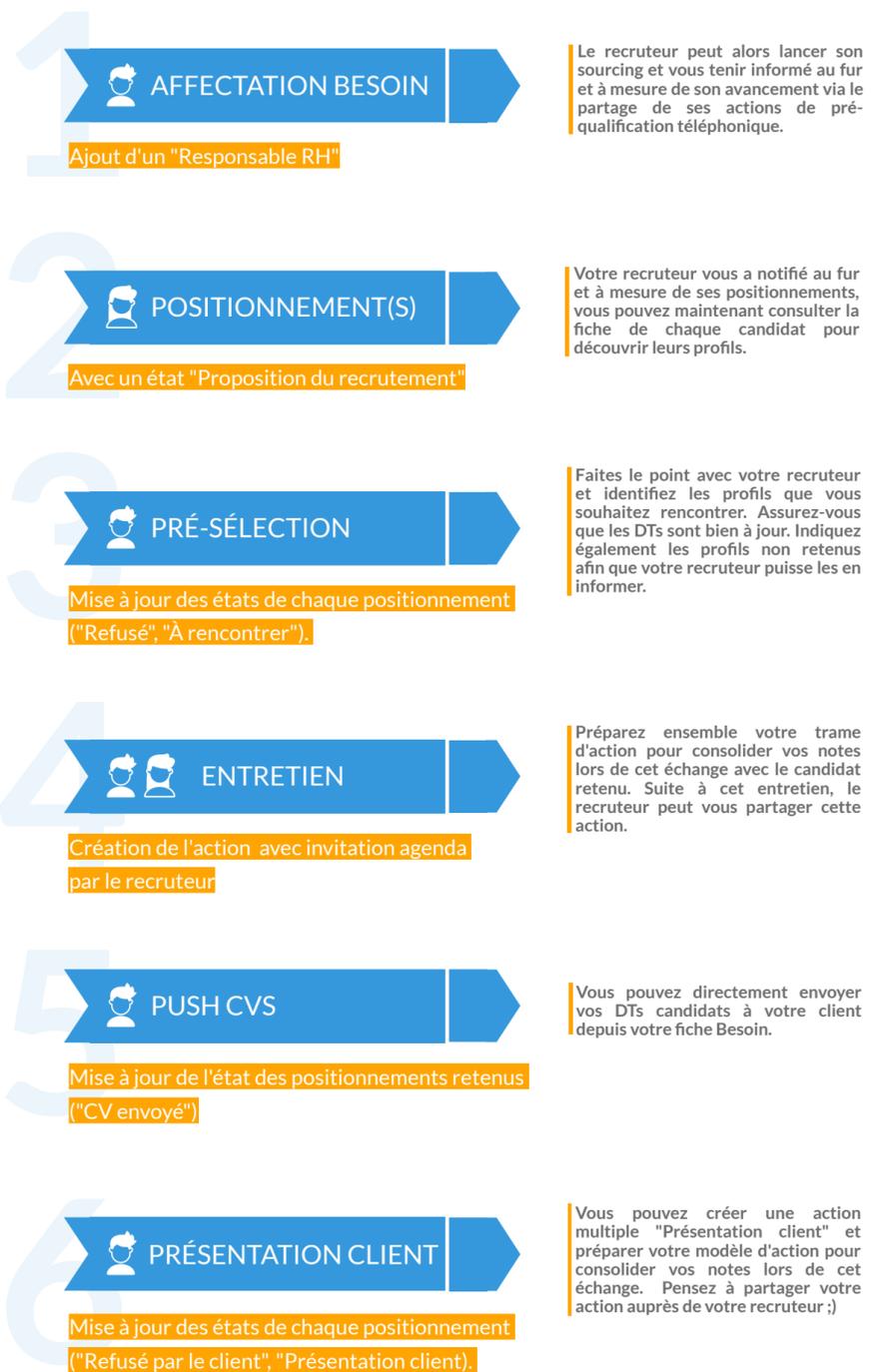
Former un binôme de choc avec son recruteur, c'est être capable de se mettre dans ses baskets : retrouvez notre Guide des (super méga) BONNES PRATIQUES de RECRUTEMENT pour retrouver tous nos conseils pour animer son vivier de candidats sur BoondManager.

Définir son binôme et affecter ses besoins à un recruteur spécifique.

Vous pouvez l'ajouter comme "Responsable RH" depuis votre fiche Besoin : cela lui permettra de filtrer sur "Mes données" et de n'afficher que les besoins sur lesquels il doit travailler. *Vision commune pour un même objectif !* Vous pouvez même créer et ajouter des flags pour définir un niveau de priorité par besoin et lui permettre de filtrer dessus.

Se mettre d'accord sur la répartition des tâches et COM-MU-NI-QUER.

Les états de vos besoins et de vos positionnements sont vos principaux leviers pour illustrer où en est chaque recherche dans votre processus. Définissez une méthode claire et intuitive pour les utiliser.

**Pourquoi ne pas positionner uniquement mon candidat finalement retenu ?**

Positionner un profil dès la phase de sourcing permet d'évaluer la pertinence d'un profil par rapport à un besoin. Même si celui-ci n'est pas retenu, cela vous permettra de le retrouver facilement pour d'autres besoins similaires.

Les athlètes pratiquant des sports synchronisés, comme la natation synchronisée ou la gymnastique rythmique, doivent développer une coordination exceptionnelle pour effectuer des mouvements parfaitement synchronisés. Des études ont montré que la synchronisation de leurs mouvements peut être si précise que leur respiration et leur rythme cardiaque peuvent également se synchroniser, ce qui peut contribuer à une performance plus harmonieuse.

04

■■■ CLOSING

CONCLURE UNE VENTE, C'EST IMPORTANT
LA PERDRE, C'EST APPRENDRE

FINALISER SA PROPOSITION

Vérifiez la qualification de vos positionnements une fois un profil retenu par votre client.

Les données issues du positionnement vont non seulement vous permettre de calculer la rentabilité de votre projet mais pourront aussi être reprises lorsque le besoin sera converti en projet et faire gagner un temps précieux à votre équipe ADV :

- Date de début et date de fin
- Tarif de vente
- Nombre de jours vendus

Générez votre devis directement depuis votre besoin !

L'app Devis/Quotations vous permet de générer une offre commerciale à partir des données de votre besoin et de votre positionnement. Vous pouvez l'envoyer en signature électronique directement depuis votre besoin et être notifié quand celui-ci sera retourné signé par votre client. Vous pouvez même personnaliser votre modèle de devis via l'app DocTemplates !

VICTOIRE !

Bravo ! Votre client a signé votre proposition commerciale.

N'oubliez pas de partager la bonne nouvelle avec votre recruteur via un fil de discussion ;) Vous pouvez également informer l'équipe RH qui va se charger de convertir votre candidat en ressource et de lui créer son contrat. Une fois cette étape validée, vous pouvez passer votre besoin à l'état Gagné et donc le convertir en Projet !

Faites durer le plaisir et ajoutez-vous un tableau de bord dédié à vos victoires sur votre page d'accueil, cela vous gardera motivé pour la suite ;)

ZUT, C'EST UN KO

Même si on préfère toujours célébrer les victoires, il est primordial de comprendre pourquoi on perd un besoin.

Tout au long de votre recherche, vous avez refusé des positionnements de la part de votre recruteur, puis votre client a lui aussi refusé des profils que vous lui avez proposé. Peut-être même que cette affaire a tout simplement pris fin, faute de trouver en temps et en heure le bon profil.

Suivez et analysez vos pertes.

Grâce aux fins de process (à configurer sur vos états depuis vos paramètres globaux), vous pouvez qualifier la cause de chaque refus. Par exemple, sur l'état de positionnement "Refusé par le client", vous pouvez définir une liste de valeurs afin d'indiquer la cause du refus :

- Tarif trop élevé
- Pas assez expérimenté
- Compétence(s) manquante(s)
- Savoir-être

Parfois, un client refuse un profil pourtant idéal sans trop savoir nous expliquer pourquoi : assurez-vous qu'il ne soit pas victime d'un biais de confirmation, tendance très courante dans le recrutement. C'est un mécanisme cognitif qu'ont les êtres humains à privilégier les informations qui confortent leurs préjugés et leurs convictions. Exemple : j'ai fait une grande école d'ingénieurs et j'ai réussi dans mon parcours. Si je recherche un profil d'ingénieur, je préfère privilégier les profils qui ont fait la même école que moi.

HALTE AU DÉNI !

Contrôlez régulièrement vos besoins en "Stand by" ou "Reportés".

Au final, ces besoins vous ajoutent surtout de la charge mentale et ont tendance à surcharger inutilement votre pipe commercial.

En 2013, après avoir remporté une série de transactions très réussies, un courtier de Wall Street a décidé de célébrer son succès en organisant une parade dans les rues de New York : déguisé en cow-boy, il a défilé sur un taureau mécanique tracté par un char. Bon sinon, un petit mot sur votre messagerie interne, c'est bien aussi !

BONNES PRATIQUES

ANNEXES UTILES

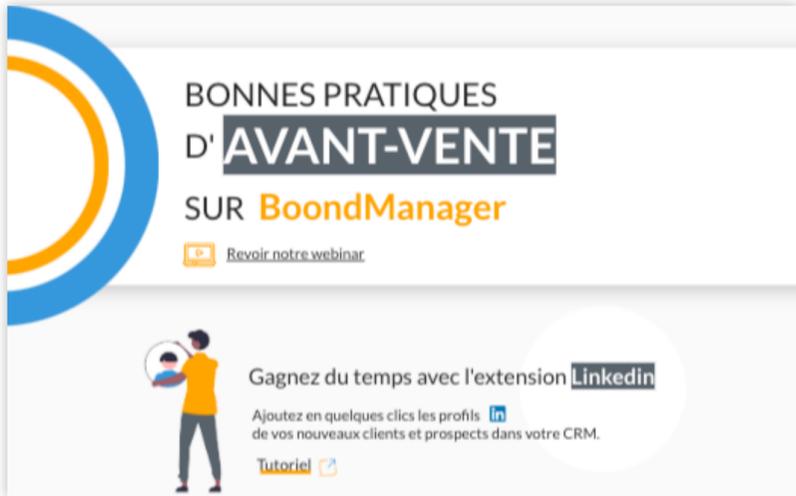
LA CLÉ DE SUCCÈS SUR BOONDMANAGER ?
APPRENDRE EN CONTINU ET OPTIMISER SON UTILISATION.

RESSOURCES UTILES

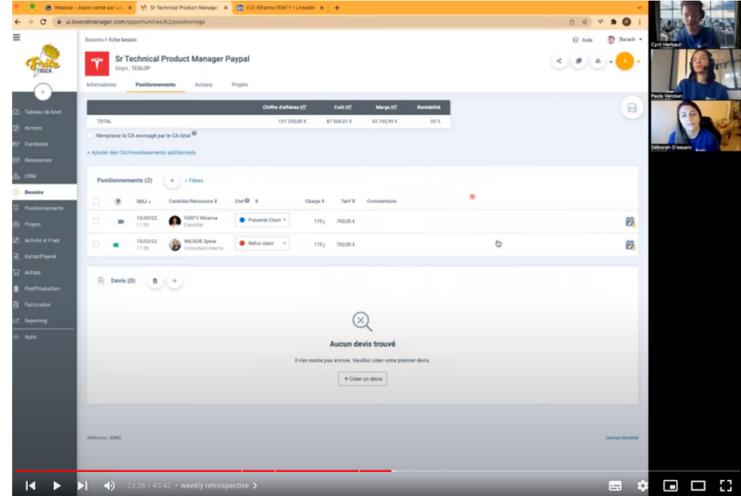
BONNES PRATIQUES

RESSOURCES HUMAINES

 [Infographie](#)
[Bonnes pratiques d'Avant-vente](#)



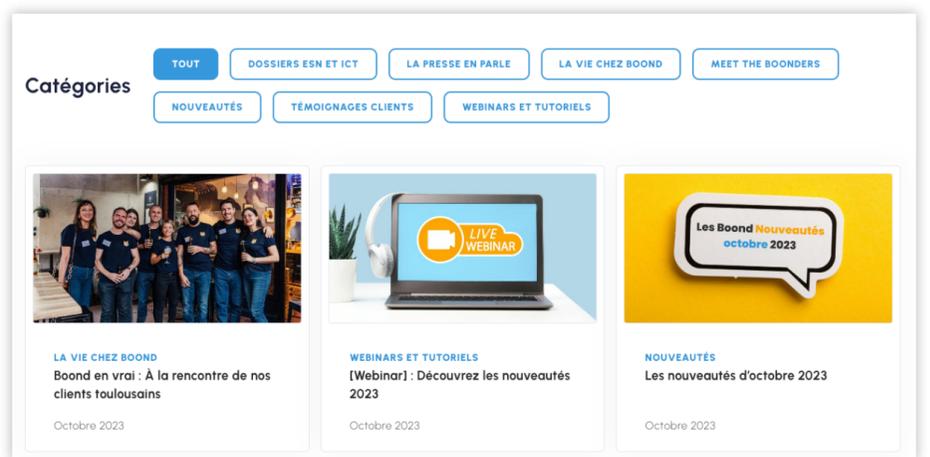
 [Rendez-vous sur notre chaîne YouTube](#)
[pour découvrir tous nos webinars.](#)



 [Infographie](#)
[Bonnes pratiques collaboratives](#)



 [Rendez-vous sur notre blog pour suivre](#)
[les tendances du marché et nos actualités.](#)



 [Article - Prospection ESN : comment booster efficacement vos performances commerciales ?](#)

 [Notre indispensable Aide en ligne](#)

 [Article - Performance commerciale ESN : Les DO & DON'T](#)



■■■ RESSOURCES UTILES

LES TUTORIELS À LIRE ABSOLUMENT

QUALIFIER SA CRM

[Gérer votre base clients et prospects](#)

[App OrganizationChart](#)

[Créer et gérer des listes de tâches](#)

STRUCTURER SA RECHERCHE

[Gestion des besoins](#)

[Gérer ses actions et rappels](#)

[Créer des modèles d'actions](#)

[Créer et gérer vos flags](#)

[Suivre et analyser les fins de process](#)

FINALISER SA PROPOSITION

[L'app Devis/Quotation](#)

[L'app DocTemplates](#)

[Signature électronique](#)

COMMUNIQUER ET COLLABORER

[Les partages de fiches & fils de discussion](#)

[L'app Emailing](#)

[Les apps GCalendar et Gmail](#)

[L'app Microsoft](#)

MESURER

[Les tableaux de bord](#) + [Support pédagogique](#) avec exemples

[Les reportings](#)

VOUS ÊTES CLIENT CHEZ NOUS ET VOUS AVEZ BESOIN D'AIDE ?



hotline@boondmanager.com



03 62 27 61 05

VOUS SOUHAITEZ UNE DÉMO ?



contact@boondmanager.com



03 62 27 61 05