



**COMMENT LES FORCES DE VENTE
GÉNÈRENT PLUS DE CHIFFRE D'AFFAIRES
GRÂCE À LA **VENTE SOCIALE****



TABLE DES MATIÈRES

UNE NOUVELLE ÈRE POUR LA VENTE : LA VENTE SOCIALE (SOCIAL SELLING).....	3
LA PRISE EN COMPTE DES CHANGEMENTS DE COMPORTEMENT DES ACHETEURS.....	4
L'IMPORTANCE DE LA PROSPECTION POUR LES COMMERCIAUX	5
L'IDENTIFICATION DES CONTACTS UTILES DANS LES ENTREPRISES CIBLÉES	6
TOUTE LA PUISSANCE DE VOTRE RÉSEAU AU SERVICE DE L'ACQUISITION DE NOUVEAUX CLIENTS	7
INFLUENCER LA DÉCISION D'ACHAT DANS UN CONTEXTE « MULTI-DÉCIDEURS »	8
LA CONNAISSANCE CLIENT POUR ENGAGER UNE PRISE DE CONTACT PERTINENTE	9
LA VENTE SOCIALE POUR DÉVELOPPER SON CHIFFRE D'AFFAIRES	10

UNE NOUVELLE ÈRE POUR LA VENTE : LA VENTE SOCIALE (**SOCIAL SELLING**)

L'impact des réseaux sociaux sur l'activité commerciale est, aujourd'hui, incontestable. Le networking pratiqué auparavant lors de conférences ou de salons professionnels se déroule, désormais, principalement en ligne. Et les mises en relation se font via les réseaux sociaux.

En réalité, un commercial qui n'utilise pas encore les réseaux sociaux se prive d'un levier unique de développement de son activité.

Dans les pages qui suivent, vous découvrirez :

- Sept façons de réaliser davantage de ventes dans l'économie actuelle grâce à LinkedIn Sales Solutions ;
- Pourquoi les méthodes jugées fiables il y a quelques années ne sont plus efficaces ; et
- Ce que vous pouvez faire pour développer une stratégie de vente sociale qui vous permettra de dépasser vos objectifs.

LES SEPT CONSEILS DE KOKA



Koka Sexton

Koka Sexton est un leader d'opinion dans le domaine de la vente sociale depuis plus de quatre ans ; il fait partie de l'équipe marketing de LinkedIn Sales Solutions. Vous trouverez plus d'informations sur Koka et son influence dans cet ebook :

1) LA PRISE EN COMPTE DES CHANGEMENTS DE COMPORTEMENT DES ACHETEURS

Auparavant, et tout particulièrement dans l'univers du btob, **le processus d'achat représentait un véritable défi** pour trouver la bonne information. Internet et les réseaux professionnels tels que LinkedIn ont révolutionné cela. Aujourd'hui, lorsqu'un prospect envisage un investissement, toutes les informations dont il a besoin sont à portée de clic. C'est pourquoi, selon une étude du CEB (Corporate Executive Board) de 2012, **57 % du parcours d'achat est réalisé avant qu'un commercial ait pu intervenir.**

De plus, un client n'a plus de raison de répondre aux appels de démarchage des commerciaux pendant la phase de recherche d'un projet d'investissement. Une étude récente d'IBM a démontré que 97 % des appels de démarchage commercial étaient inefficaces, ce chiffre augmentant de 7 % chaque année depuis 2010.

PROSPECTION TÉLÉPHONIQUE



INEFFICACE 97% DU TEMPS

Pour bénéficier des avantages considérables de la vente sociale, il faut établir un équilibre entre la quantité et la qualité des informations diffusées. La vente sociale vous permet de communiquer les informations pertinentes au moment opportun.

- Demand Gen Report



Conseil de Koka : utilisez la vente sociale pour établir des relations en amont avec vos clients; instaurez un climat de confiance avant de parler chiffres.



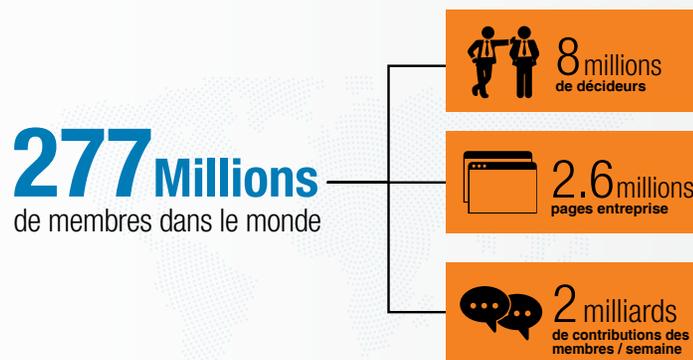
2) L'IMPORTANCE DE LA PROSPECTION POUR LES COMMERCIAUX

On observe souvent une nette division entre le marketing et les commerciaux lorsqu'il s'agit de déterminer l'impact de chacun sur le chiffre d'affaires.

Malgré de récentes avancées dans l'efficacité du marketing, une étude menée par CustomerThink a démontré qu'en moyenne, le marketing est à l'origine de seulement 30 % de la détection de leads

LinkedIn permet d'accroître la génération de leads en offrant aux forces vente un accès à son réseau de plus de 277 millions de membres qui diffusent plus de 2 milliards d'information par semaine. Identifier et contacter de nouveaux prospects est devenu nettement plus simple.

LinkedIn: Le plus grand réseau professionnel du monde



31 janvier 2013

En moyenne, commerciaux doivent trouver eux-mêmes 70 % de leads afin d'atteindre leurs objectifs.



Conseil de Koka : utilisez les réseaux professionnels tels que LinkedIn pour identifier vos prospects. Vos clients y sont déjà présents, interagissent avec d'autres personnes et partagent du contenu sur la plateforme. **Vous devez absolument en profiter.**



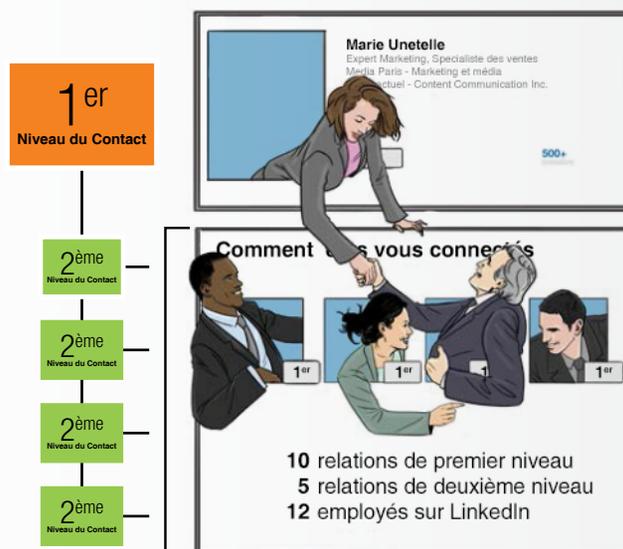
3) L'IDENTIFICATION DES CONTACTS UTILES DANS LES ENTREPRISES CIBLÉES

La mise en place d'une liste d'entreprises à cibler représente un réel défi. **Et une fois cette étape accomplie, vous devez encore identifier les personnes à contacter au sein de chaque entreprise.**

C'est là où la vente sociale entre en jeu.

LinkedIn vous permet **d'utiliser une approche personnalisée pour identifier vos prospects** parmi les 277 millions d'utilisateurs présents sur la plateforme.

Par exemple, vous pouvez **profiter des puissantes fonctionnalités de recherche dans votre réseau de relations de 1^{er} et 2^e niveaux comme point de départ de prise de contact.** Effectuez des recherches par secteur géographique, intitulé de poste ou plus important encore, vos relations avec des prospects au sein de votre réseau professionnel.



Grâce à la vente sociale sur LinkedIn, le démarchage intensif est remplacé par une approche de qualité, moins intrusive et fiable. Utilisez votre réseau professionnel pour accroître votre performance commerciale.

- Ralf VonSosen
Solutions commerciales de LinkedIn



Conseil de Koka : quelques méthodes pour trouver les meilleurs prospects : (1) Effectuez une recherche rapide parmi vos relations de 1^{er} et 2^e niveaux sur LinkedIn pour identifier les prospects les plus accessibles. (2) Utilisez la fonctionnalité Lead Builder de LinkedIn Sales Navigator pour effectuer et sauvegarder efficacement vos recherches de prospects et clients.

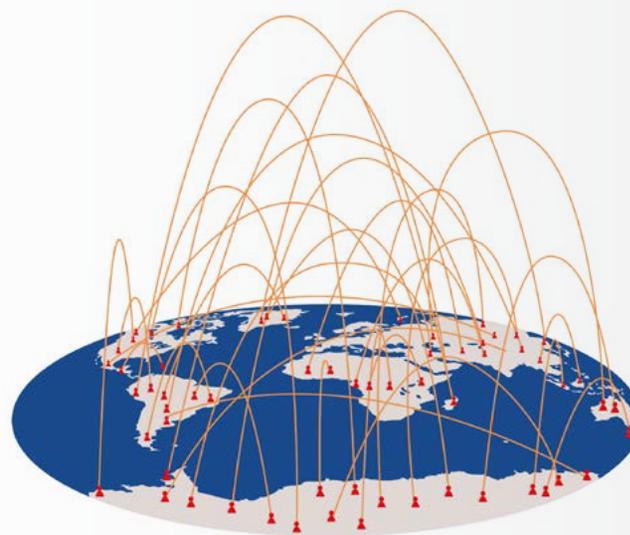


4) TOUTE LA PUISSANCE DE VOTRE RÉSEAU AU SERVICE DE L'ACQUISITION DE NOUVEAUX CLIENTS

Votre réseau sur LinkedIn est votre meilleure stratégie pour développer un pipeline de clients potentiels.

- **Une recommandation personnalisée accroît de 2 à 4 fois¹ les chances de conclure une vente**
- 53 % des commerciaux ont bénéficié d'une mise en relation par un collègue pour une nouvelle opportunité.²

Sur LinkedIn, vous pouvez aisément être mis en relation avec des décideurs par des personnes qui vous connaissent et qui ont confiance en vous. Exploitez l'intégralité de votre réseau de contacts pour identifier de nouvelles opportunités.



Pour identifier les sphères d'influence de vos clients, essayez de déterminer si vous êtes connecté à des personnes faisant partie de leurs réseaux.

¹ 5 Opportunities to Profit From Social Selling (5 façons de bénéficier de la vente sociale), Customer Think

² Enquête utilisateur de LinkedIn, nov. 2011



Conseil de Koka : demandez à des contacts de 1er niveau de vous présenter à des contacts de 2^e et 3^e niveau. Une approche consiste à utiliser LinkedIn Sales Navigator, une solution Premium destinée aux commerciaux.



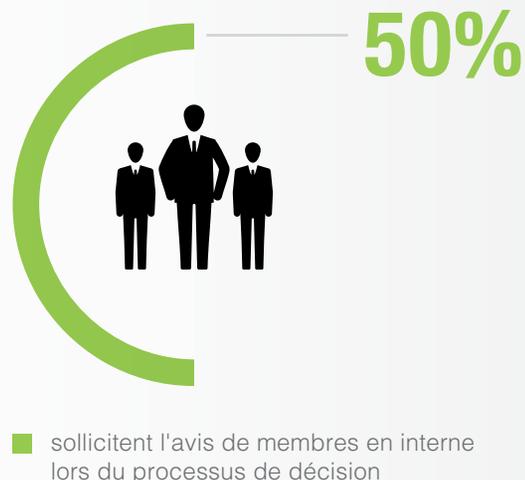
5) INFLUENCER LA DÉCISION D'ACHAT DANS UN CONTEXTE « MULTI-DÉCIDEURS »

D'une manière générale, une décision d'achat est prise à une personne clé, dans l'entreprise. Mais, cette décision est très souvent influencée par des collaborateurs impliqués directement ou indirectement dans le processus d'achat.

Une enquête sur des clients B2B menée en 2012 par Demand Gen Report a révélé que :

- les clients qui affirment impliquer plus de membres de leur équipe au processus d'achat ont augmenté de plus de 67 % par rapport à une étude similaire de 2011 ; et
- 50 % des décideurs sollicitent l'avis de membres en interne lors du processus de décision, contre 30 % interrogés en 2011.

Grâce à la vente sociale sur LinkedIn, vous pouvez facilement mettre en place une stratégie multi-contacts en ciblant le décideur principal et en identifiant les influenceurs connectés à ce dernier.



Auparavant, lorsque la plupart des entreprises fonctionnaient avec une structure traditionnelle de gestion axée sur la centralisation des décisions et le contrôle, les commerciaux pouvaient encore réussir. Mais dans le contexte actuel, où les entreprises sont plus à l'écoute de leurs collaborateurs, ignorer les décideurs secondaires et autres influenceurs serait complètement contre-productif.

- Demand Gen Report



Conseil de Koka : exploitez les fonctionnalités relationnelles de LinkedIn pour demander une mise en relation auprès de vos contacts ou pour initier une conversation autour de vos intérêts et objectifs communs. Vous entrerez rapidement en contact avec tous les membres du groupe qui influencent une décision d'achat.



6) LA CONNAISSANCE CLIENT POUR ENGAGER UNE PRISE DE CONTACT PERTINENTE

Pour vendre, il faut savoir être pertinent.

Si vous aviez la possibilité d'être en face de prospects au moment opportun, avec la solution dont ils ont précisément besoin pour résoudre leurs problèmes, vous pourriez conclure l'intégralité de vos ventes.

Grâce à la vente sociale sur LinkedIn, les commerciaux n'ont jamais été aussi proches de cette situation idéale.

Démarquez-vous en tant que contributeur actif sur les réseaux sociaux. Interagissez de façon régulière sur LinkedIn, où les décideurs dans les secteurs que vous ciblez investissent du temps et à la recherche d'information et de solutions pour répondre à leurs enjeux prioritaires.

Un membre actif sur les réseaux sociaux reçoit un flux constant d'informations à propos des préoccupations principales des décideurs dans son réseau.



Un client exige que vous fassiez un travail de préparation rigoureux en amont d'un rendez-vous. Un simple coup d'oeil à leur profil LinkedIn est la première étape.



Conseil de Koka : devenez une source fiable d'informations : (1) Partagez régulièrement des articles publiés par des tiers, des articles de blog et des études en rapport avec les enjeux et problématiques de vos clients potentiels. (2) Interagissez avec des relations en commentant leurs remarques et en répondant à leurs questions. (3) Adhérez à des groupes sur votre secteur et interagissez avec les autres membres.



7) COMMENT GÉNÉRER DES RÉSULTATS

La vente sociale permet aux commerciaux d'aujourd'hui d'allier le meilleur du networking et du partage de connaissances pour améliorer leurs résultats.

Prenons l'exemple de Jill Rowley, commerciale chez Eloqua. Lorsqu'elle a commencé à développer sa compétence en vente sociale, son chiffre d'affaires a augmenté de manière significative.

"J'ajoute sur LinkedIn toutes les personnes que je rencontre", explique Jill. "Avant une rencontre, je fais des recherches sur toutes les personnes qui y assisteront et je garde en mémoire un détail les concernant, ce qui me permettra de me démarquer. Ces personnes se souviendront de notre rencontre."

Après avoir adopté un modèle de vente sociale via LinkedIn Sales Navigator, Eloqua a vu une amélioration de son activité commerciale, notamment :

- une augmentation de son taux de conversion de prospects en clients de 25 % ;
- plus de 15 % des représentants qui ont dépassé leurs quotas de vente ; et
- un temps de cycle de vente moyen réduit de 20 jours.



La mise en place d'une démarche de "sales intelligence" améliore la productivité d'un commercial de 17 % et vous permet d'approcher vos clients au moment opportun.

– Le Grand Guide d'Eloqua sur la vente sociale



Conseil de Koka : devenir un expert de la vente sociale devrait passer par plusieurs phases. Jill Rowley a développé ses techniques de vente sociale de façon régulière et progressive. Pour commencer, nous vous conseillons de vous focaliser sur les points suivants : (1) Développer votre réseau sur LinkedIn. (2) Identifier vos prospects. (3) Communiquer avec eux.



À PROPOS DE **DEMAND GEN** REPORT

Demand Gen Report est une publication qui met en avant les stratégies et solutions permettant aux entreprises de mieux aligner leurs services commerciaux et marketing afin d'obtenir de meilleurs résultats de ventes. Une section clé de notre publication se focalise sur les outils d'automatisation pour la vente et le marketing qui permettent aux entreprises de mieux mesurer et gérer leurs efforts de génération multicanal de prospects. Pour plus d'informations, veuillez consulter le site www.demandgenreport.com.

411 State RT 17 S
Suite 410
Hasbrouck Heights, NJ 07604
1.888.603.3626



À PROPOS DE **LinkedIn** Sales Solutions

LinkedIn Sales Solutions permettent aux commerciaux de mettre en place un pipeline de prospects de façon proactive. Identifiez les contacts les plus pertinents, préparez un argumentaire personnalisé en recherchant des informations clés, et bénéficiez de mises en relation personnalisées en développant votre réseau LinkedIn. Pour plus d'informations, consultez notre site : sales.linkedin.com

