

# Étude de cas The SAVO Group

Croissance productive du pipeline  
avec LinkedIn Sales Navigator



*“LinkedIn Sales Navigator permet à notre entreprise de prospecter de façon plus rapide et précise. Il en résulte une exécution plus efficace tout au long du processus de vente. Nous disposons maintenant d’un pipeline de meilleure qualité grâce auquel nous pouvons davantage prospérer dans notre secteur.”*

Eric Marcy, Directeur, Performance et développement commercial, Le groupe SAVO

## De meilleures données et informations sur les prospects commerciaux majeurs

Basé à Chicago, le groupe SAVO est en pleine croissance avec une équipe commerciale de 30 personnes qui vise à offrir ses solutions d’aide à la vente à un éventail de clients large.

“Notre stratégie était de faire passer l’entreprise au stade supérieur. Nous nous sommes donc concentrés sur les nouveaux clients comme facteur de croissance”, explique Eric Marcy, Directeur, Performance et développement commercial, Le groupe SAVO. “Cependant, le défi était d’identifier les bonnes personnes à contacter dans nos entreprises cibles, information qui n’est pas facile à obtenir.”

Pour trouver les décideurs chez les prospects cibles, par exemple identifier les titres et la structure organisationnelle, M. Marcy et l’équipe commerciale ont utilisé des outils d’exploration de données en ligne. “Ceux-ci ont leurs avantages, mais ils sont souvent

### Les défis

- Développer la clientèle de façon intensive
- Trouver des informations pertinentes sur les prospects et les entreprises cibles
- Élaborer de meilleures stratégies pour ses campagnes de vente
- Raccourcir la durée des cycles commerciaux

### La solution

- Outil TeamLink
- Recherche avancée

### Pourquoi LinkedIn ?

- Le social selling plus intelligent
- Données à jour et informations plus détaillées sur les prospects
- La recherche avancée aide à identifier les prospects plus rapidement
- TeamLink décuple le potentiel des relations de l’équipe commerciale

### Les résultats

- Augmentation des revenus de 1 million de dollars net en 18 mois
- Plus d’interactions avec les vice-présidents : de 20% à 50%
- Davantage de prospects qualifiés dans le pipeline
- Cycles d’achat plus courts
- Adoption rapide par l’équipe commerciale, une solution utilisée quotidiennement

inexact”, explique M. Marcy. “Ils sont souvent datés : beaucoup de dirigeants des ventes et du marketing gardent leur poste 18 mois en moyenne. Les informations que nous collectons ne peuvent donc pas suivre le rythme de leurs changements de postes.”

M. Marcy et son équipe ont également réalisé que les outils d’exploration de données manquaient d’informations pertinentes sur les prospects, informations qui pourraient aider à amorcer la discussion, ou permettre aux commerciaux d’identifier des points communs avec leurs cibles. “Nous avons besoin d’identifier les centres d’intérêt à la fois professionnels et personnels de ces personnes”, poursuit M. Marcy. “C’est en apprenant à connaître réellement les prospects et en développant votre argumentaire autour de ces connaissances que vous amenez ces cibles dans le pipeline.”

## Adoption rapide de LinkedIn Sales Navigator

Presque tout le monde dans l’équipe commerciale du groupe SAVO utilisait déjà LinkedIn pour collecter des informations sur les prospects.

Lorsque LinkedIn Sales Navigator a été lancé, M. Marcy et ses collègues ont examiné attentivement les outils proposés pour le social selling. LinkedIn Sales Navigator aide les professionnels de la vente à identifier, évaluer et poursuivre de nouvelles opportunités en exploitant le potentiel du plus grand réseau professionnel au monde. M. Marcy et ses collègues ont alors décidé de souscrire un abonnement à LinkedIn Sales Navigator pour tout le service commercial.

“Le déploiement a été très fluide et l’intégration avec Salesforce très simple”, ajoute M. Marcy. “LinkedIn a dirigé une formation pour notre équipe lors du déploiement afin de faciliter l’adoption et la fidélisation.” L’adoption de LinkedIn Sales Navigator a été rapide. “Nous savions que les gens exploiteraient rapidement ces outils”, affirme M. Marcy. “Une fois que nos commerciaux ont appris à le connaître, ils ont commencé à le laisser ouvert toute la journée sur leurs ordinateurs.”

## Le social selling plus efficace

Les capacités de recherche avancée de LinkedIn Sales Navigator, qui permettent d’effectuer des recherches détaillées par zone géographique et par fonction, s’avèrent être les outils les plus utiles pour l’équipe commerciale du groupe SAVO, selon M. Marcy. “Nous pouvons étudier l’entreprise et augmenter le nombre de prospects démarchés, y compris le personnel du

marketing produit, des ventes et des opérations”, explique M. Marcy. “Nous pouvons également en profiter pour étudier les nouveaux contacts avant d’effectuer les premiers appels et d’organiser des rendez-vous. Ce genre de préparation booste nos chances de réussite. C’est le meilleur outil de prospection de notre organisation commerciale.”

La possibilité de rassembler des informations sur les prospects joue désormais un rôle clé dans l’approche de social selling de l’équipe commerciale. “Nous avons rédigé des e-mails au début de la saison de football en référençant les écoles que les personnes ont fréquenté, une façon d’attirer leur attention”, affirme M. Marcy. Attirer l’attention grâce à des informations telles que la formation est important, mais développer des relations est aussi essentiel pour le groupe SAVO. La fonction TeamLink de LinkedIn Sales Navigator, qui montre les relations communes aux profils importants, a aidé le groupe SAVO à renforcer ses relations avec les prospects.

TeamLink, la fonction de LinkedIn Sales Navigator qui montre lorsque quelqu’un dans l’organisation commerciale a des relations avec les profils importants, a également représenté un avantage pour la campagne du groupe SAVO, qui a ainsi renforcé ses relations avec ses prospects. “Chaque jour, nous pouvons contacter les autres membres de l’équipe pour trouver de nouvelles relations”, explique M. Marcy. “Cela diminue le coût d’entrée pour convertir les prospects en clients. Tous les membres de notre équipe apprécient la possibilité de partager leurs relations. Ils apprécient le fait de contribuer aux résultats commerciaux.”

LinkedIn Sales Navigator a aidé le groupe SAVO à accélérer le processus de vente, ce qui a eu un impact positif sur le revenu. “Nous pouvons rapidement générer des conversations plus productives, identifier les principaux acteurs et les confirmer plus rapidement”, affirme M. Marcy. “Sur les 18 derniers mois seulement, nous avons généré 1 million de dollars de revenus, et LinkedIn Sales Navigator a été instrumental à cette augmentation.”

“LinkedIn Sales Navigator a permis à notre entreprise de prospecter de façon plus rapide et précise”, ajoute M. Marcy. “Cela a permis une exécution plus efficace tout au long du processus de vente. Nous avons obtenu un pipeline de meilleure qualité grâce auquel nous pouvons davantage prospérer dans notre secteur.”

Pour en savoir plus, veuillez consulter <http://lnkd.in/sales-solutions-france>