

# Simplifier la vente

Comment réussir sans efforts  
avec les bonnes informations



**Dans cet eBook,  
vous découvrirez :**

Comment simplifier  
la prospection

Comment simplifier la  
gestion des comptes

Le guide des déclencheurs  
commerciaux sur les réseaux  
sociaux

# Pourquoi est-il plus difficile de vendre (et comment y remédier) ?

Au royaume de la vente, l'acheteur a toujours été roi. Néanmoins, si le vendeur contrôlait jadis le parcours d'achat, c'est aujourd'hui l'acheteur qui a pris le pouvoir, ne contactant les commerciaux que bien plus tard.

Ce renversement a mis à mal les méthodes de vente classiques. Lorsque vous contrôlez le flux d'informations, vous pouvez structurer le parcours d'achat selon une chronologie précise : sensibilisation, intérêt, puis vente.

Lorsque l'acheteur prend les commandes, il devient beaucoup plus difficile d'identifier le bon décideur et de savoir quand il sera prêt à prendre la décision d'achat.

 78%

des **acheteurs BtoB** souhaitent des interactions commerciales personnalisées selon leurs activités en ligne (IDC)

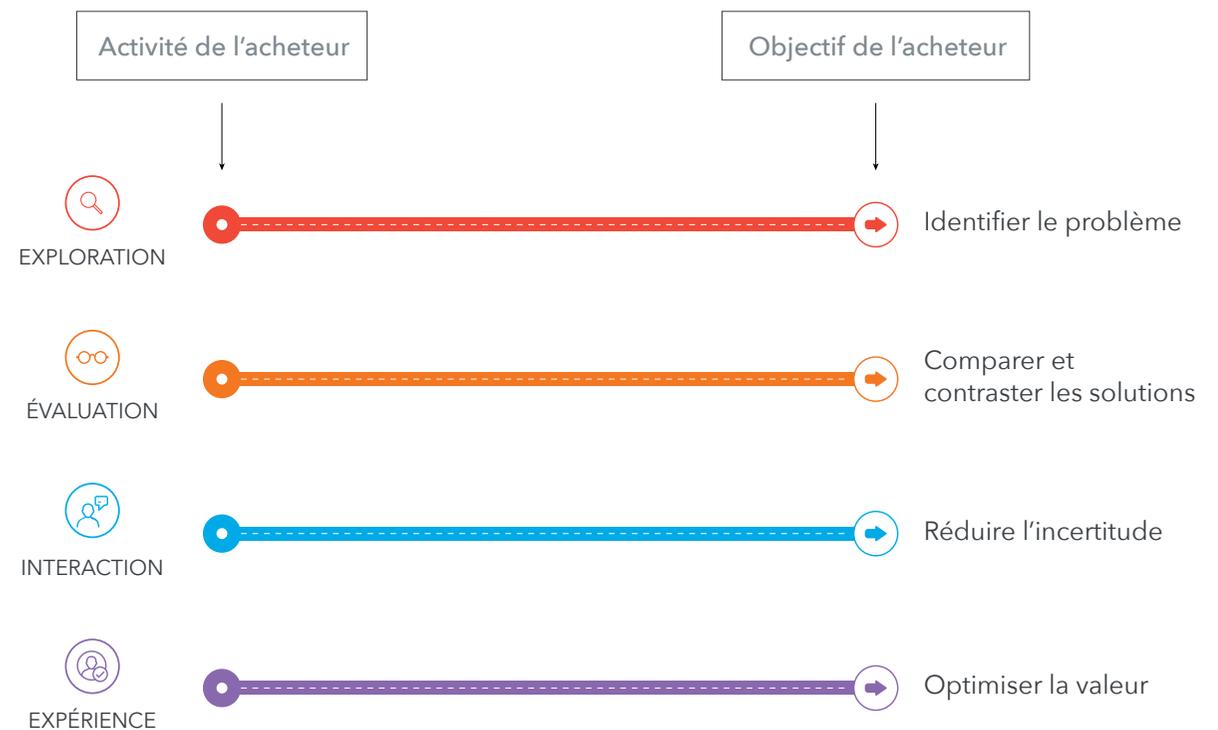


Figure 1

Une étude Gartner révèle que le funnel perd de l'importance. Pour prendre sa décision, l'acheteur évolue désormais sur quatre voies parallèles (figure 1).

- EXPLORATION
- ÉVALUATION
- INTERACTION
- EXPÉRIENCE

Pour réussir, les commerciaux doivent proposer de la valeur ajoutée à l'acheteur, et ce dans toutes leurs activités. Le secret : obtenir des informations en temps réel sur l'acheteur pour comprendre ses objectifs.

C'est ce à quoi s'intéresse cet eBook : comment simplifier la vente en utilisant les nouvelles de LinkedIn sur vos prospects et clients.

Grâce à LinkedIn Sales Navigator, les commerciaux reçoivent des informations en temps réel directement dans leur boîte de réception. Ils peuvent donc se concentrer sur les bonnes personnes, interagir de façon appropriée et, à terme, nouer des relations professionnelles fructueuses.



7 principaux influenceurs dans les décisions d'achat BtoB (Gartner)

---



des acheteurs BtoB apprécient les contacts commerciaux s'ils sont pertinents et à bon escient (IDC)

---



Les acheteurs BtoB sont déjà à 66%-90% du parcours d'achat lorsqu'ils contactent un commercial (Forrester)

---



Simplifier la prospection :  
identifier les bons acheteurs à l'aide  
de LinkedIn Sales Navigator

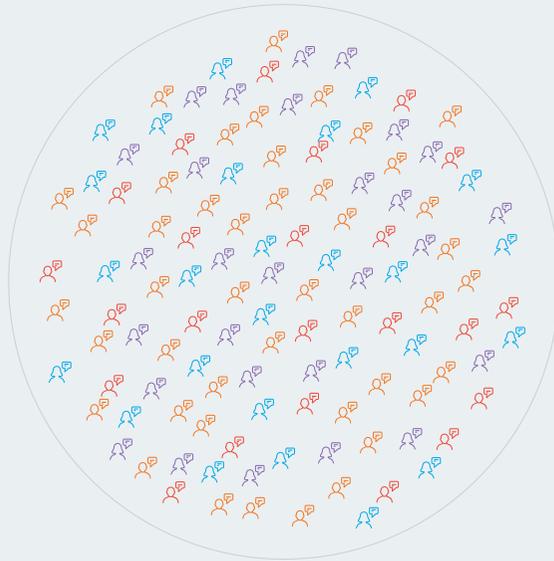
1

Voici le vivier de vos prospects, il est impossible de discerner quels sont ceux qui sont sur le point d'acheter.



VOUS

Marché potentiel total



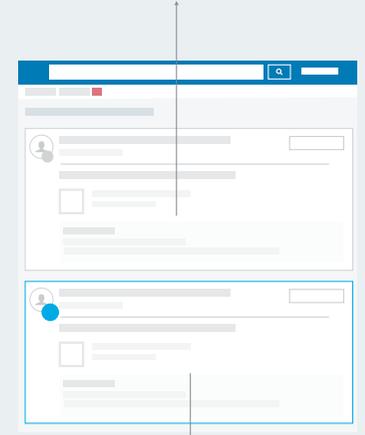
2

Avec LinkedIn Sales Navigator, vous obtenez des nouvelles sur les entreprises qui comptent pour vous.

4 déclencheurs à surveiller :

- |   |   |
|---|---|
| 1 | Déclencheur de relation (l'entreprise gagne un prix)                |
| 2 | Déclencheur de risque (le compte fait l'actualité, perte d'emploi)  |
| 3 | Déclencheur de connexion (billet de blog de l'entreprise)           |
| 4 | Déclencheur de vente (acquisition de l'entreprise ou son expansion) |

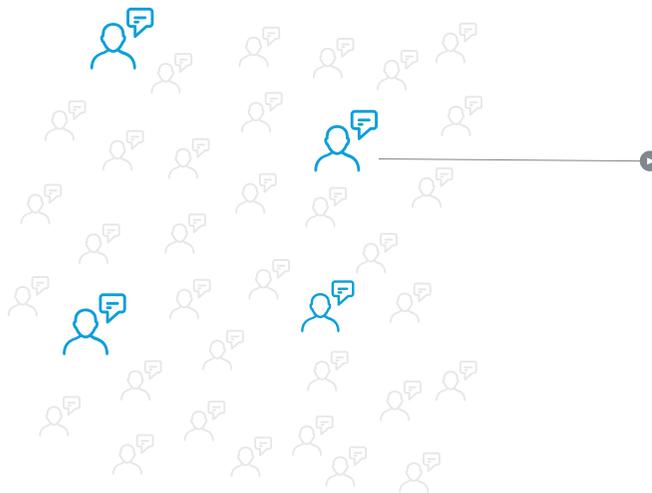
Directement dans votre messagerie : les nouvelles de vos prospects



Déclencheur de vente

3

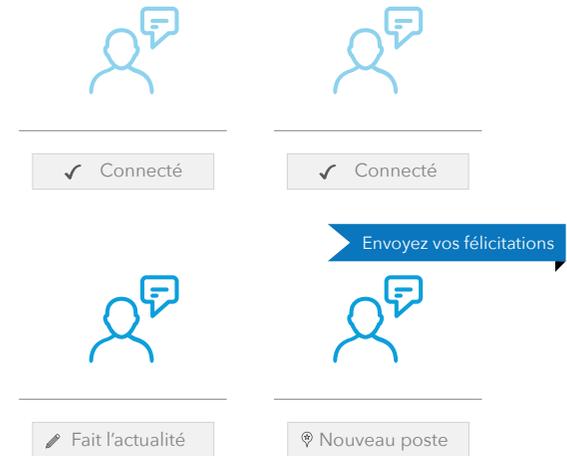
Utilisez ces informations pour identifier sur quels comptes vous pencher aujourd'hui.



● DÉCLENCHEUR DE VENTE

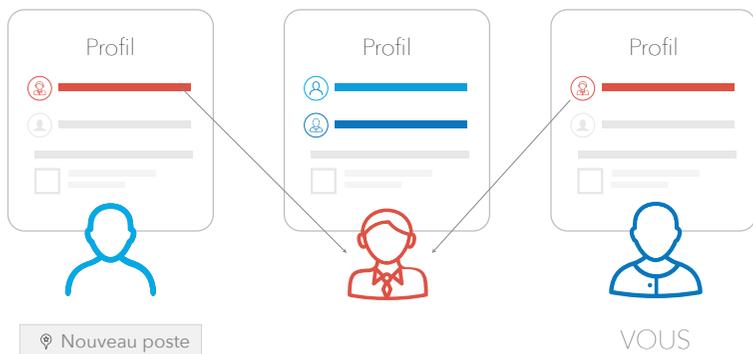
4

En cliquant sur ce compte, LinkedIn vous suggère des noms : l'un est dans l'actualité, l'autre vient de rejoindre l'entreprise.



5

Avant de contacter directement la personne, vous vous rendez compte que vous avez une connaissance en commun.



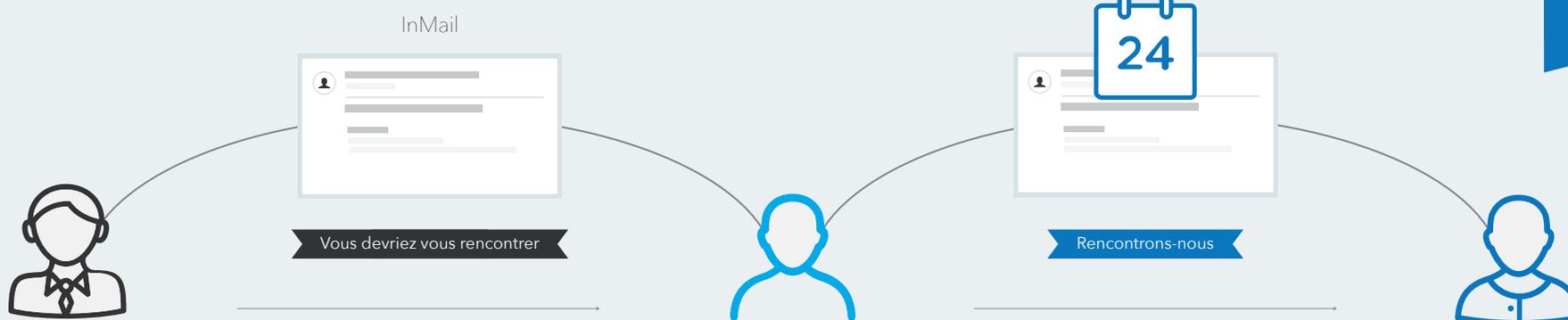
6

Envoyez un InMail lui demandant de vous présenter.



7

Votre relation envoie un InMail personnel à son contact lui suggérant de vous mettre en relation.



8

La personne contactée répond immédiatement car mise en confiance par cette relation commune.

Les présentations personnelles reçoivent 5x plus de réponses

9

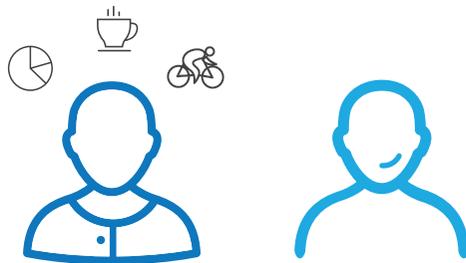
La rencontre est organisée.  
Vous regardez son profil LinkedIn  
pour y découvrir des centres  
d'intérêt communs et personnaliser  
votre relation.



10

Vous pouvez orienter la discussion  
sur ce qui l'intéresse.

Facile



Pour réussir,  
les commerciaux  
doivent  
proposer de la  
valeur ajoutée  
dans le parcours  
d'achat.

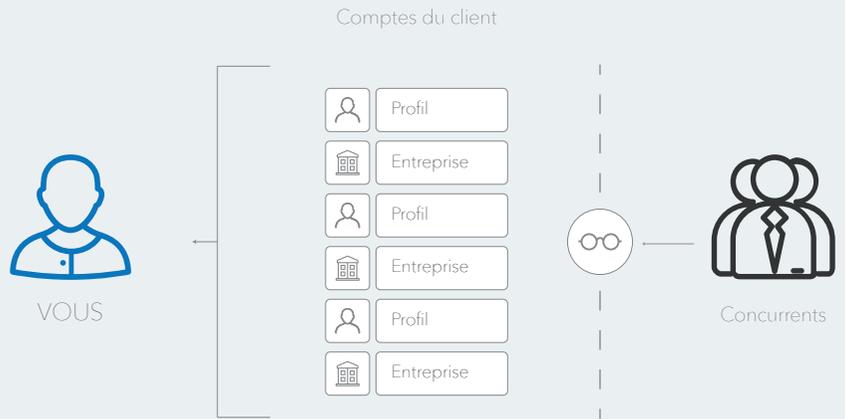




Simplifier la gestion des comptes :  
réduire le taux d'attrition client à l'aide  
de LinkedIn Sales Navigator

1

Vos concurrents disposent des mêmes informations que vous sur l'activité de vos clients. Ils attendent le bon moment pour entrer en contact.



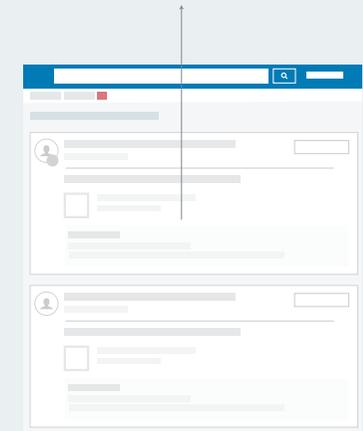
2

En surveillant les déclencheurs, vous pourrez prendre le pouls de vos comptes.

4 déclencheurs à surveiller :

- 1 Déclencheur de relation (l'entreprise gagne un prix)
- 2 Déclencheur de risque (le compte fait l'actualité, perte d'emploi)
- 3 Déclencheur de connexion (billet de blog de l'entreprise)
- 4 Déclencheur de vente (acquisition de l'entreprise ou son expansion)

Directement dans votre messagerie : les nouvelles de vos prospects

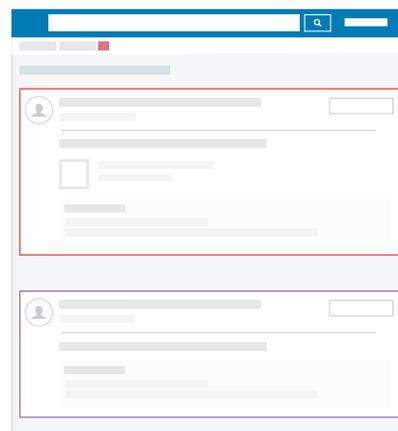


3

Sans aucune recherche de votre part, vous remarquez deux activités récentes d'un client important.

Déclencheur de connexion : une relation a partagé un article

Déclencheur de risque : Un de vos comptes principaux a un nouveau directeur



4

En moins d'une minute, vous entretenez une relation en commentant un article.

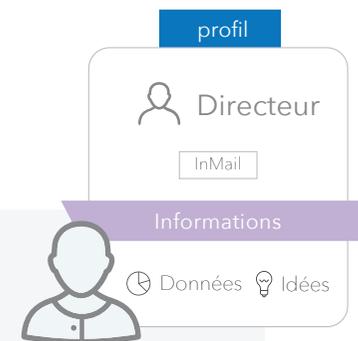
1



2

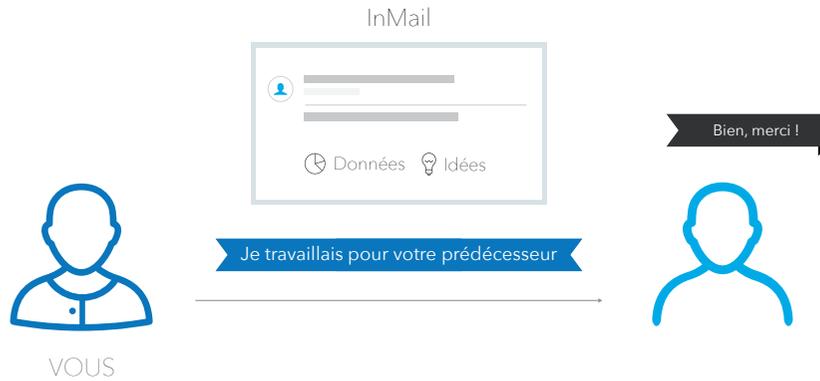
5

Ce nouveau décideur devient votre priorité, vous devez le connaître avant vos concurrents.



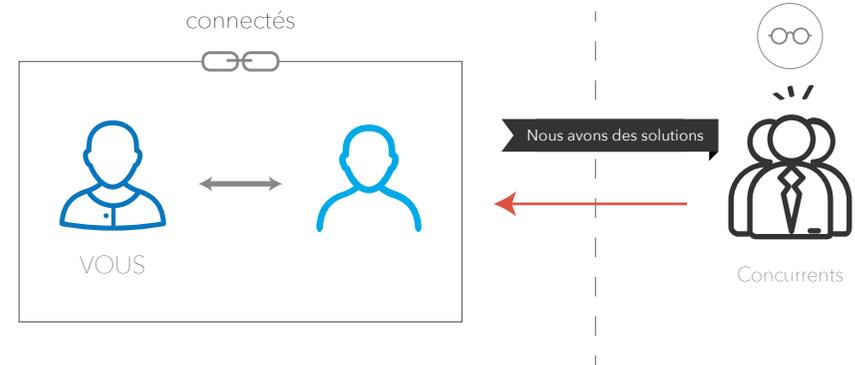
6

Grâce aux données du profil LinkedIn du nouveau directeur, vous personnalisez votre InMail et vous vous présentez.



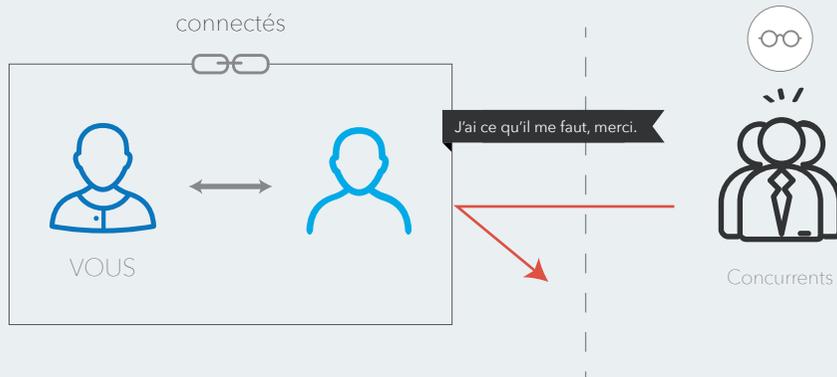
7

Les concurrents apprennent la nouvelle et cherchent à créer une relation avec le nouveau directeur.



8

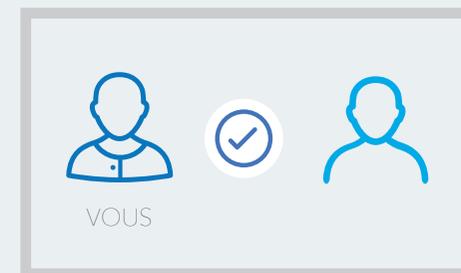
Comme vous étiez le premier et êtes toujours présents à l'esprit du directeur, celui-ci ne cherche pas à changer de prestataire.



9

Grâce aux informations en temps réel et la prise de contact personnalisée au moment opportun, vous avez gardé votre client.

Excellent



# Guide des déclencheurs sur les réseaux sociaux

## QUELS SONT LES DÉCLENCHEURS SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX ?

Les réseaux sociaux fonctionnent sur le principe des relations. Ces relations se forment par le partage d'expériences et de connaissances qui viennent les enrichir.

Il en va de même pour la vente. Les meilleurs commerciaux tissent des relations solides et favorisent le nurturing en offrant du contenu pertinent et de la valeur ajoutée.

Face à face avec un prospect, vous êtes limité à une seule ressource : vous. Avec les réseaux sociaux, les commerciaux peuvent tisser de multiples relations et en assurer le nurturing. C'est tout le pouvoir du social selling.

Tout d'abord, familiarisons-nous avec les déclencheurs sur les réseaux sociaux.

**Voici quelques conseils pour vos interactions.**

### Les 4 types de déclencheurs commerciaux sur les réseaux sociaux

#### DÉCLENCHEURS DE VENTE

Il s'agit d'une nouvelle ou d'une notification émanant d'une entreprise ou d'une relation qui vous signale une opportunité de conversation commerciale. Cela se produit par exemple en cas d'expansion ou si un facteur bloquant une vente sur un compte disparaît.

#### DÉCLENCHEURS DE RELATION

Ce type de déclencheur permet aux commerciaux fûtés de renforcer directement une relation existante ou de proposer des informations pour se positionner comme leader d'opinion. Il s'agit entre autres de discussions de groupes, d'articles partagés ou de mentions dans l'actualité.

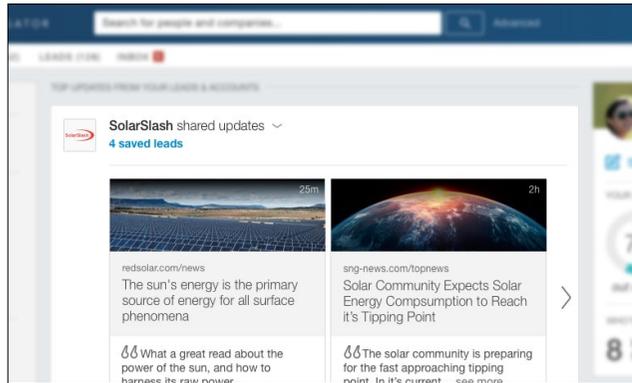
#### DÉCLENCHEURS DE CONNEXION

Lorsque vous essayez de décrocher un compte, utilisez des articles pertinents pour montrer que vous voulez forger une relation et que vous connaissez votre sujet. Par exemple, vous pouvez publier des interviews ou des mentions dans l'actualité.

#### DÉCLENCHEURS DE RISQUE

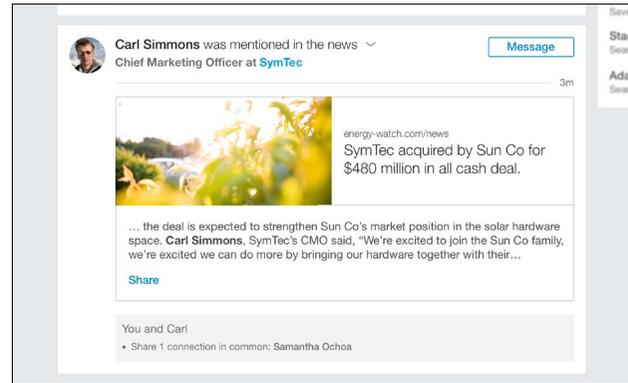
Parfait contraire du déclencheur de vente, mais tout aussi essentiel. Un déclencheur de risque permet de détecter si un client est sur le point de vous quitter ou si vous avez une faille dans laquelle vos concurrents peuvent s'engouffrer. Réagissez lors de l'arrivée d'un nouveau décideur chez un client, en cas de baisse du chiffre d'affaires ou de délocalisation.

## AFFICHAGE DE CES NOUVELLES DANS LINKEDIN SALES NAVIGATOR



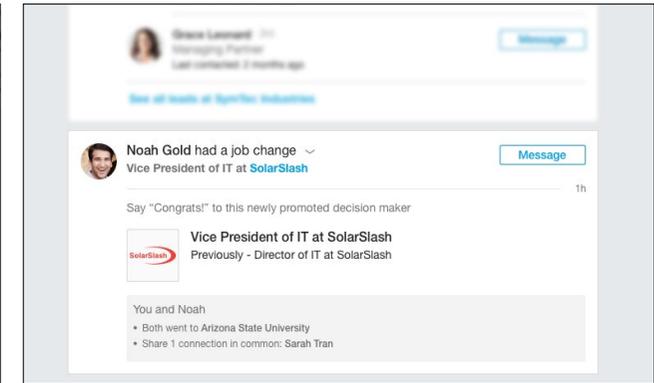
### PARTAGES DE L'ENTREPRISE

Identifiez le contenu partagé par vos comptes sur les réseaux sociaux et autres canaux d'actualités.



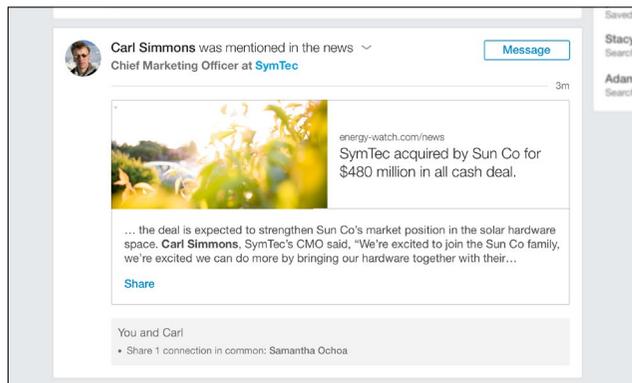
### ACTUALITÉS DE L'ENTREPRISE

Obtenez des informations pertinentes sur vos prospects et clients, même s'ils ne les publient pas sur LinkedIn.



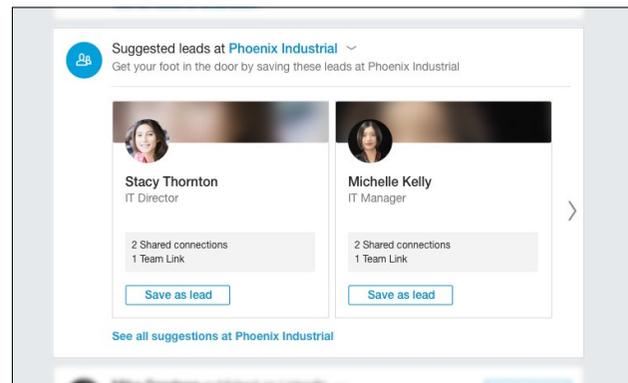
### PARTAGES DES PROSPECTS

Tout le contenu partagé sur LinkedIn par vos prospects et clients est centralisé dans Sales Navigator.



### ACTUALITÉS DES PROSPECTS

Découvrez ce que le reste du monde pense de vos prospects et clients.



### SUGGESTIONS DE PROSPECTS

Ces articles vous informent sur la position des décideurs potentiels de vos comptes cibles.



## CONSEIL DE PRO

Dans Sales Navigator, vous n'avez pas besoin d'être connecté à un client potentiel ou existant pour recevoir des informations. Il vous suffit de l'enregistrer en tant que prospect.

# Agir en fonction des nouvelles

Voici quelques nouvelles en temps réel disponibles avec Sales Navigator. Servez-vous en pour nouer et consolider des relations professionnelles, sachant que 50% des ventes reviennent au premier commercial qui a contacté un prospect.

## EMBAUCHE D'UN NOUVEAU CADRE

Les nouveaux cadres souhaitent laisser leur marque. Leur arrivée peut donc être un déclencheur de vente, de connexion ou de risque. Il est capital d'entrer en relation avec eux avant vos concurrents.

## CHANGEMENT DE POSTE/RÔLE

Un décideur change de service ou d'entreprise ? Est-il favorable ou pas à votre collaboration ? S'il était déjà client dans ses anciennes fonctions, vous avez des chances de décrocher un nouveau compte.

## AFFAIRE CONCLUE

Votre prospect vient de remporter un grand compte ou d'accroître sa part de marché ? Il doit peut-être investir dans de nouvelles solutions pour répondre à ses besoins.

## DÉLOCALISATION OU CONSOLIDATION

L'objectif peut être de réduire les coûts ou d'externaliser la production. Dans les deux cas, les besoins peuvent changer en fonction de la variation du nombre d'employés.

## EXPANSION DE L'ENTREPRISE

Toutes les entreprises courent après la croissance. Mais celle-ci s'accompagne d'un besoin d'avoir toujours plus et d'une envie de nouveauté.

## ANNONCE DE NOUVEAUX PRODUITS

De nouveaux produits mettent l'entreprise devant de nouveaux défis et la poussent éventuellement à rechercher des nouvelles compétences chez ses fournisseurs.

## FUSION OU ACQUISITION

La fusion de deux entreprises est toujours l'occasion de se pencher sur les anciens processus et d'essayer de les optimiser.



## CONSEIL DE PRO

Les acheteurs attendent des vendeurs qu'ils leur proposent une valeur ajoutée. Par conséquent, renseignez-vous et montrez que vous comprenez leur secteur et leur environnement.

## ANNONCE DE REVENUS

Que le trimestre ait été bon ou mauvais, votre produit ou solution peut-il compenser les pertes ou accroître les revenus ?

## INNOVATION SECTORIELLE

Lorsqu'un nouveau concurrent ou une nouvelle technologie fait son entrée sur un marché, les acteurs en place doivent s'adapter s'ils veulent conserver leur part de marché.

## RÉCOMPENSE

Tous les employés aiment ressentir de la fierté pour leurs accomplissements et leur entreprise. Entamez la conversation du bon pied avec un acheteur heureux.

## NOUVELLE LÉGISLATION OU NOUVEL ENVIRONNEMENT

Tout changement du fonctionnement d'une entreprise implique de passer en revue tous les processus pour garantir leur pertinence et leur conformité.

# À propos de LinkedIn Sales Navigator

Avec plus de **433 millions de membres** et 2 nouveaux inscrits par seconde, LinkedIn est la ressource indispensable pour tous les professionnels en relation avec des clients. Sales Navigator est la solution phare de LinkedIn, axée sur les besoins spécifiques des commerciaux.

Que vous soyez chargé de débusquer de nouveaux clients ou de fidéliser les clients existants, LinkedIn Sales Navigator vous simplifie la vie. Contactez-nous pour découvrir comment améliorer vos ventes.

**LinkedIn**  Sales Solutions

---

Pour savoir comment  
LinkedIn Sales Navigator  
peut vous faciliter la vie,  
contactez-nous pour  
échanger avec un expert.

---

**CONTACTEZ-NOUS**