

Établir un lien de confiance

Pourquoi les relations clients sont capitales dans le secteur des services financiers



La vente à l'épreuve du changement

Dans le secteur des services financiers, le changement est la seule constante. Par le passé, les banques, assureurs et professionnels de la gestion du patrimoine étaient généralement adeptes du principe “Plus de démarchage = plus de clients”. En cause, des outils commerciaux trop peu sophistiqués pour générer des données en temps réel. Cependant, le taux de réponse offert par ce type d'approche est aujourd'hui de 1 à 2%.¹ Face à une concurrence féroce, à des clients de plus en plus sceptiques, aux investissements en berne et à des infrastructures qui freinent l'adoption des technologies offrant pourtant des opportunités, les commerciaux doivent revoir rapidement leur stratégie.

Les clients restent la priorité

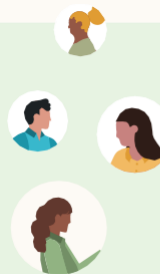
Les clients sont de plus en plus à la recherche de services tout inclus et de modèles par abonnement. Une étude de McKinsey révèle d'ailleurs que 71% des consommateurs sont intéressés par les offres intégrées et de type écosystème.² Ce qui est logique, dans la mesure où des produits compartimentés sont sources de frictions. Pourtant de nombreuses organisations BtoB sont incapables de répondre à ce besoin, faute d'évolutivité numérique et d'outils d'IA adaptés.

Des entreprises innovantes telles qu'Ikea proposent des services d'assurance habitation, tandis que l'assureur MAPFRE a récemment lancé sa plateforme par abonnement, Savia, proposant un accès à des professionnels de santé pour des consultations physiques et en ligne. Pendant ses trois premières années, Savia a dépassé les 380 000 utilisateurs, un chiffre remarquable qui confirme l'existence d'un marché solide pour les offres de type écosystème.³ De la même manière, de grandes entreprises comme Google et Amazon utilisent leur savoir-faire technique pour intégrer les paiements dans toute une variété de services écosystémiques. Malgré l'incertitude que cela représente pour les banques, tout cela répond bel et bien à une attente des clients.⁴ Le tout dans un contexte d'intensification des exigences réglementaires qui rappelle aux entreprises l'importance de la confidentialité des données pour l'établissement des relations commerciales.



71%

des consommateurs sont intéressés par les offres intégrées et de type écosystème²

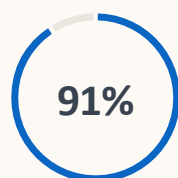


380 000 utilisateurs

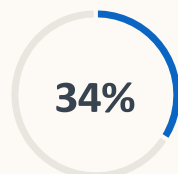
Savia a dépassé les 380 000 utilisateurs, un chiffre remarquable qui confirme l'existence d'un marché solide pour les offres de type écosystème⁵

Introduction

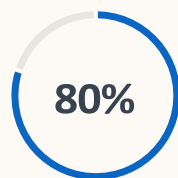
Il est aujourd'hui primordial pour les entreprises de services financiers de montrer à leurs clients qu'elles disposent de l'expertise nécessaire pour répondre à tous leurs besoins. C'est pourquoi il est plus que jamais nécessaire de développer les relations avec les clients. 91% des commerciaux des grandes entreprises utilisent les technologies de vente une fois par semaine⁵, ce qui (pourvu que ces outils soient utilisés au maximum de leur potentiel) permet d'améliorer l'ensemble du processus de vente.



des commerciaux des grandes entreprises utilisent les technologies de vente une fois par semaine⁵



des gestionnaires de compte déclarent effectuer beaucoup plus de recherches qu'il y a 12 mois avant de contacter un client⁶



des commerciaux du secteur des services financiers déclarent suivre régulièrement l'activité des prospects sur les réseaux sociaux professionnels afin d'obtenir plus d'informations⁷

Sommaire

1. Comment nouer des relations peut aider les entreprises de services financiers

- Ce que nous disent les données
- L'importance des recommandations
- L'hyperpersonnalisation, un atout qui compte
- Les relations virtuelles sont la norme
- L'exemple des meilleurs commerciaux

2. Comment nouer des relations avec LinkedIn Sales Solutions

- Pourquoi LinkedIn est le réseau idéal pour nouer des relations
- Ce que LinkedIn Sales Solutions peut apporter à une entreprise
- Comment Sales Navigator permet de cibler des prospects grâce à des informations personnalisées
- Comment Sales Insights aide les opérations à planifier plus intelligemment

3. Conclusion

Comment nouer des relations peut aider les entreprises de services financiers

“Dans la vente, tout repose sur la confiance. Si vous arrivez à créer un lien de confiance entre le prospect, la personne qui achète et celle qui vend, les voyants sont au vert.”



Paul Liesching
Director of Enterprise Sales, Truphone



Ce que nous disent les données

Nous le savons tous, les clients manquent de temps. Une culture du jetable a émergé ces dernières années, et les prospects répondent rarement aux approches impersonnelles ou au démarchage à froid. Les clients sont submergés par les sollicitations et n'ont plus confiance dans les commerciaux. Ils veulent des interactions omnicanales, à la fois plus simples et à la demande, qui placent leurs besoins avant tout.⁸ En outre, ils sont 80% à attendre d'un commercial qu'il change leur façon de voir les choses.⁹

S'il devient plus difficile d'attirer l'attention des clients, ces derniers jouent un rôle plus actif dans le processus d'achat et font leurs propres recherches.¹⁰ Cela représente une opportunité pour les entreprises de services financiers.



L'importance des recommandations

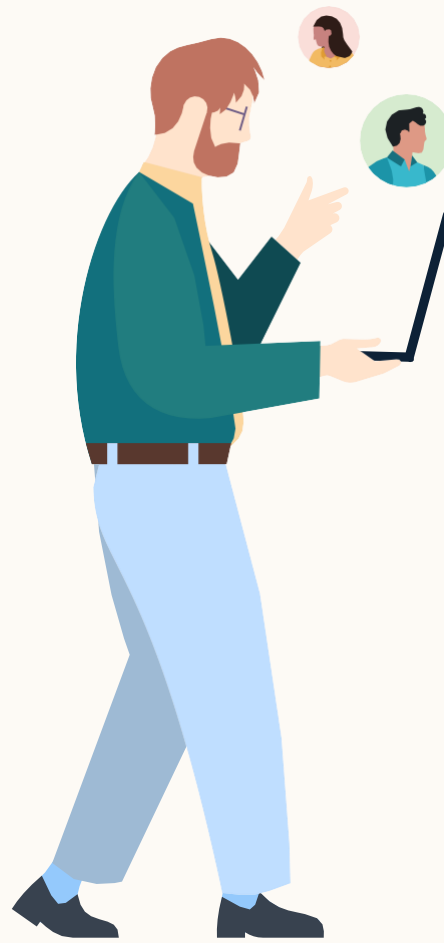
C'est logique : les clients auront plus tendance à recommander une entreprise avec laquelle ils entretiennent de bonnes relations. Plus de la moitié des décideurs déclarent ainsi avoir acheté auprès d'un commercial dont ils étaient clients dans une précédente entreprise.¹¹

43%

des personnes interrogées disent changer de fournisseur lorsque leur commercial dédié s'en va¹²

40%

des chargés de clientèle estiment que la confiance est le facteur le plus important pour conclure un contrat¹³



“La vente ne peut plus se résumer à décrocher son téléphone, fournir de bons arguments et divertir les clients. Il s’agit de mettre en place de véritables partenariats et de maximiser les apports mutuels des relations. Les organisations et les commerciaux doivent pour cela fournir aux clients ce dont ils ont besoin, au moment où ils en ont besoin et de la manière dont ils en ont besoin.”¹⁴



Tom Smith
Senior Manager, PwC UK

L'hyperpersonnalisation, un atout qui compte

Connaître l'âge, le lieu de résidence et l'intitulé du poste d'un contact potentiel n'est plus suffisant, et peut même conduire à des hypothèses erronées. Les clients veulent être réellement compris, qu'il s'agisse de leurs besoins, de leurs objectifs ou de leurs préférences, et choisir eux-mêmes le moment où ils interagissent.

71%

des consommateurs veulent des interactions personnalisées et les trois quarts d'entre eux changeront d'entreprise s'ils ne sont pas satisfaits¹⁵



40%

des gestionnaires de patrimoine utilisent l'IA, les analyses de données et le machine learning pour mieux connaître leurs clients¹⁶



Les relations virtuelles sont la norme

La pandémie a contraint les entreprises du monde entier à passer au tout en ligne. Les clients travaillent désormais à distance, ils n'achètent plus de la même façon et ils n'attendent plus la même chose des commerciaux. Les professionnels sont toujours plus nombreux à se reconvertir, ce qui complique encore plus la tâche des commerciaux qui cherchent à créer des relations fortes. Cependant, les technologies de vente permettent de transformer cette difficulté en opportunité.

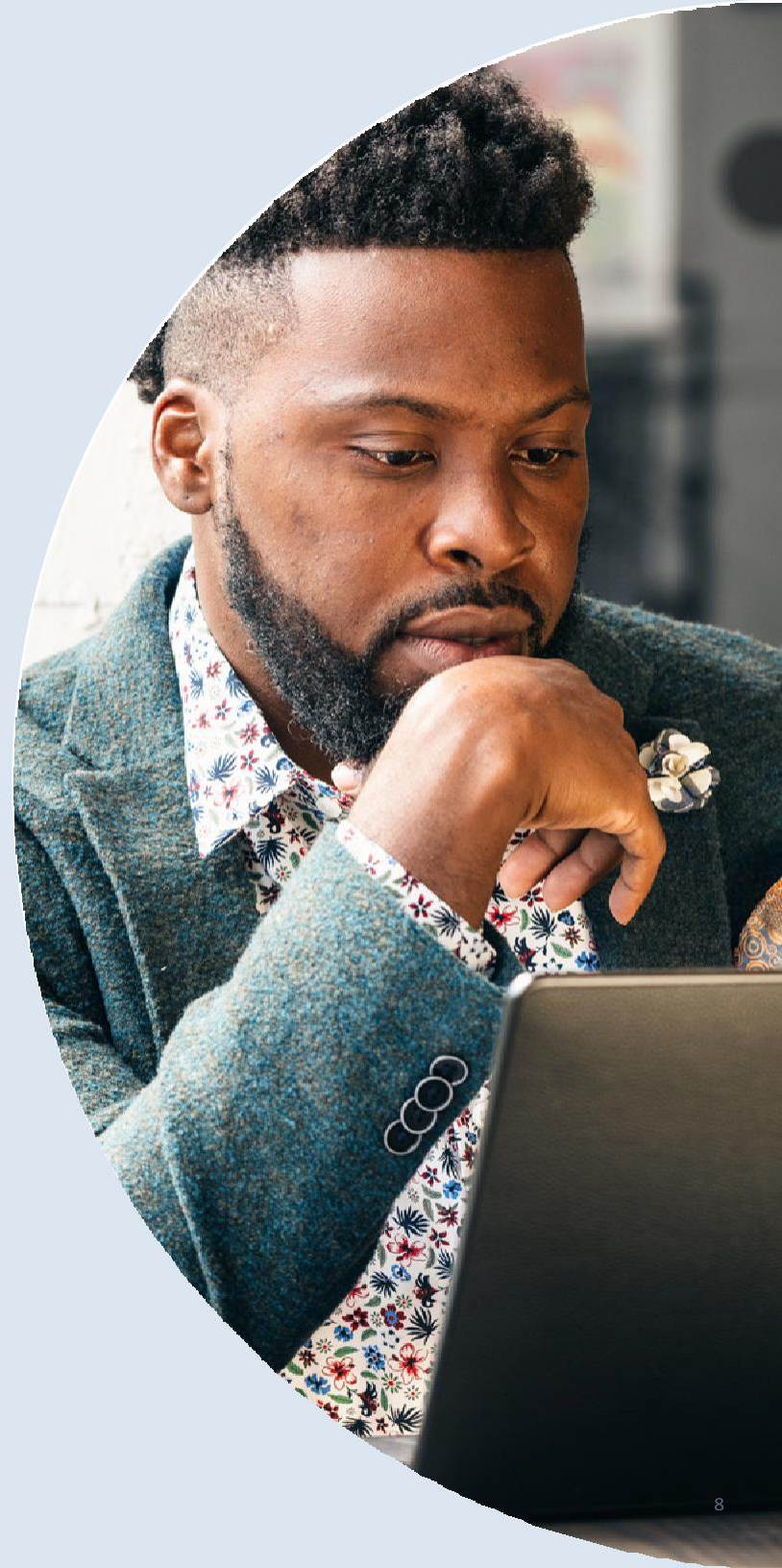
Même sans interaction en face à face, les clients souhaitent une relation solide où ils sentent que le commercial répond à leurs besoins.



81% des prospects du secteur des services financiers voient leur commercial comme un ami



contre **66%** dans les autres secteurs¹⁷



L'exemple des meilleurs commerciaux

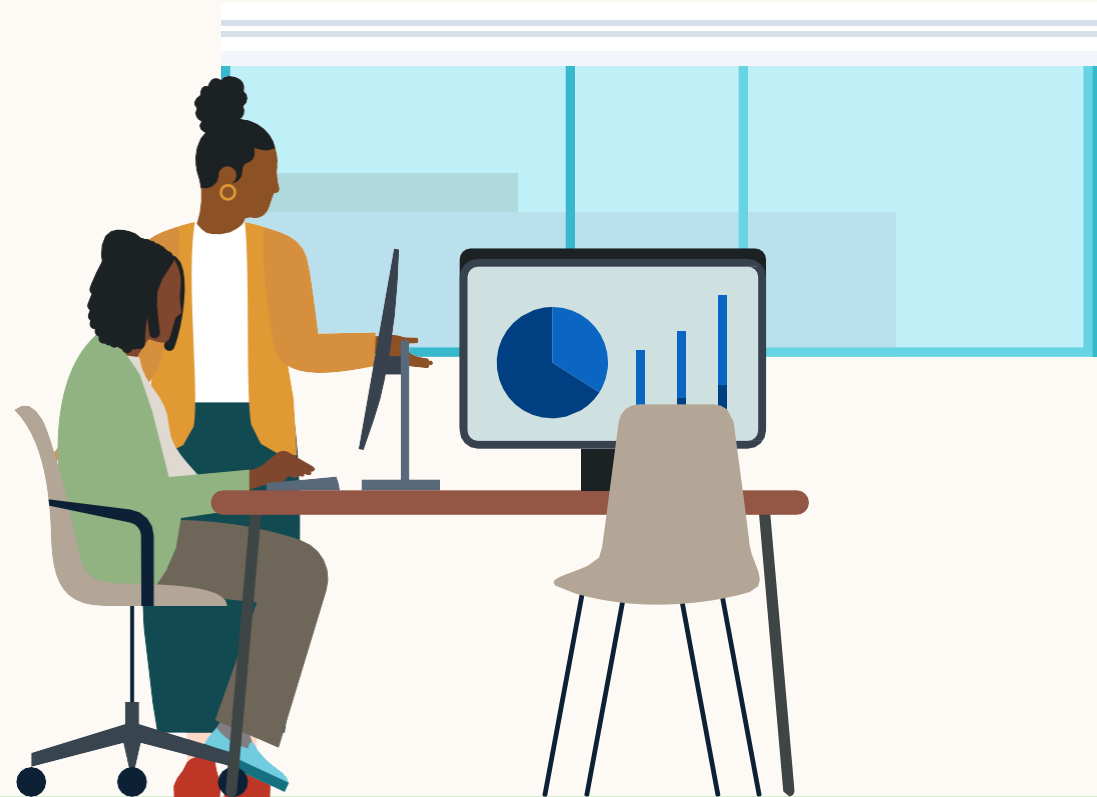
Les meilleurs commerciaux ne s'empressent pas de décrocher leur téléphone. Ils prennent le temps de comprendre leurs cibles afin de conclure davantage de contrats. Pour certaines entreprises, la fidélisation de la clientèle est même un indicateur clé de performance. Les meilleurs commerciaux s'attachent d'emblée à créer une relation et identifient le moment où les prospects sont le plus réceptifs.

**Les commerciaux les plus performants*
ont compris le secret de la vente virtuelle.**

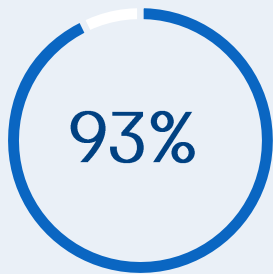
18%

Au cours d'une semaine type, les commerciaux les plus efficaces consacrent 18% de temps en plus que les autres à la mise à jour de leur CRM, afin de mieux comprendre leurs prospects et clients¹⁸

* Pour LinkedIn, les "commerciaux les plus performants" sont ceux ayant atteint 150% ou plus de leur objectif de vente annuel.



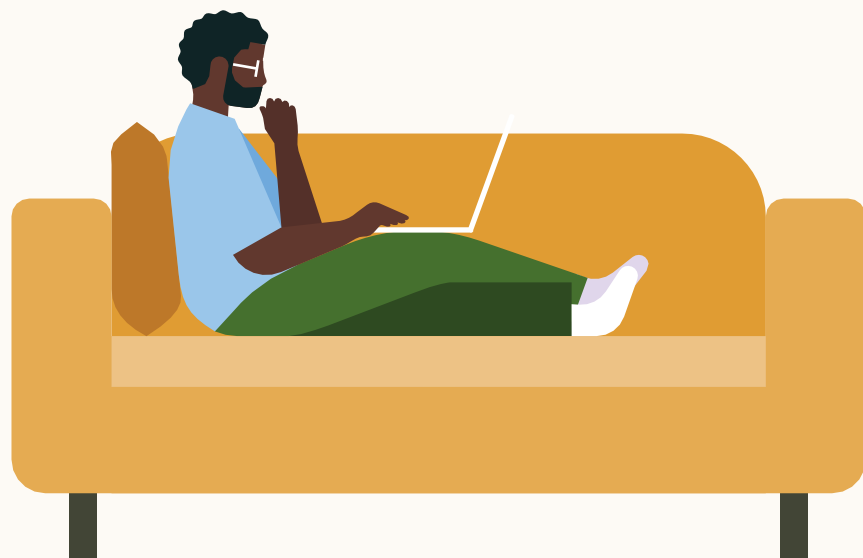
Comment nouer des relations avec LinkedIn Sales Solutions



des commerciaux déclarent que les technologies de vente leur ont permis de renforcer les relations avec les clients¹⁹

Pourquoi LinkedIn est le réseau idéal pour nouer des relations

LinkedIn n'aide pas les commerciaux à frapper à toutes les portes, mais aux bonnes portes. Aucune autre plateforme ne propose le même volume de données sur les professionnels des entreprises et les relations qu'ils entretiennent les uns avec les autres. C'est pourquoi LinkedIn Sales Solutions est une technologie incontournable dans un modèle buyer-first.



86%

des décideurs du secteur des services financiers déclarent vouloir une prise de contact via LinkedIn (“d’accord” ou “tout à fait d’accord”) pour une relation à double sens²⁰



Ce que LinkedIn Sales Solutions peut apporter à une entreprise

LinkedIn a développé la première plateforme de [Deep Sales](#) qui aide à mettre en place des stratégies commerciales efficaces, à réduire les coûts d'acquisition, à générer de la croissance et à augmenter le chiffre d'affaires, le tout à une échelle inatteignable pour les commerciaux seuls. Cette technologie unique et adaptée aux enjeux de confidentialité permet aux commerciaux d'établir un lien de confiance et des relations plus fortes en traduisant des données comportementales précises et complètes en insights concrets, le tout en temps réel. Cela évite aux gestionnaires de compte de passer à côté d'un prospect ou de mal comprendre ses besoins. Avec LinkedIn, ils bénéficient en outre de données propriétaires, ce qui signifie qu'elles sont ni achetées ni récupérées. Un gage de précision.

+ de 900 millions

de professionnels



+ de 63 millions

d'entreprises



Comment Sales Navigator permet
de cibler des prospects grâce à des
informations personnalisées

16%

Les acheteurs qui sont connectés avec plus de
4 personnes au sein d'un compte sont 16% plus
susceptibles de conclure un contrat²¹



Relationship Explorer fournit des suggestions de
prospects et s'appuie sur les interactions et les tendances
du réseau pour aider les commerciaux à identifier les
meilleurs intermédiaires, leur permettant ainsi de gagner
du temps sur la prospection et le cross-selling.

Intelligence relationnelle



**+ de 900 M
de membres**



+ de 200 pays

La synchronisation CRM vous permet de synchroniser votre CRM avec Sales Navigator afin de suivre les dernières nouvelles des prospects les plus prometteurs, en toute conformité. L'enregistrement automatique simplifie la gestion, tandis que les préférences utilisateurs vous permettent de personnaliser les différentes fonctionnalités.

La recherche avancée permet de cibler non pas tous les prospects, mais les bons prospects. Grâce à cette fonctionnalité, vous pouvez vous focaliser sur ceux qui vous intéressent et qui sont susceptibles de faire appel à vos services.



Visualisez **13x** plus de profils de clients que les utilisateurs qui n'utilisent pas Sales Navigator

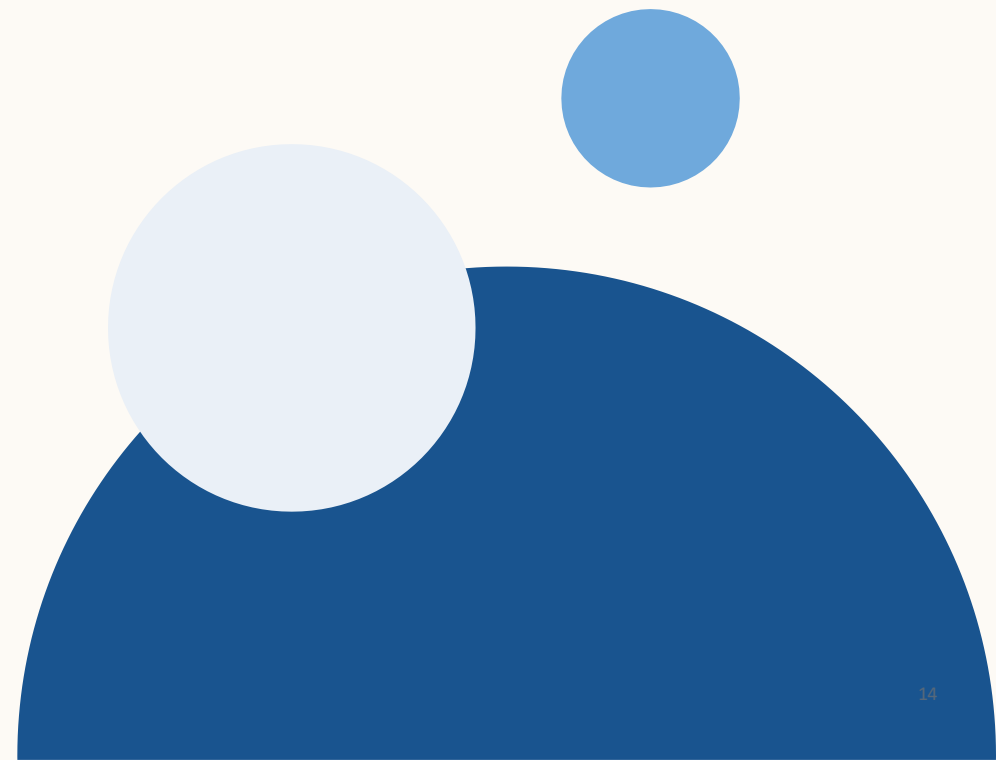
Les SmartLinks vous permettent d'ajouter des contenus dans les InMails. L'expéditeur peut ensuite mesurer les interactions et identifier les insights qui ont le plus d'influence.



+ de 20 M de décideurs ont accepté les demandes formulées par InMail l'année dernière.

L'intention d'achat est une donnée nouvelle qui permet aux commerciaux de trouver des clients qui recherchent leurs services mais ne les connaissent pas. Elle donne davantage de contexte sur le niveau d'intérêt de comptes clés potentiels, notamment grâce à des informations sur l'engagement avec les publicités et le profil général d'un client.

La nouvelle fonctionnalité Personae vous permet d'obtenir des insights sur les comptes afin de définir une audience cible et d'identifier les contacts clés au sein de chaque compte.



Comment Sales Insights aide à mieux planifier les territoires de vente

LinkedIn Sales Insights s'appuie sur des données fiables pour aider les commerciaux à planifier les territoires de vente et à organiser un portefeuille client de manière à mieux cibler leurs efforts. En plus d'établir un rapprochement entre les entreprises cibles et les comptes de votre CRM, l'outil fournit des données sur l'intensité de votre relation avec ce client. Il permet également de connaître les effectifs et leur évolution pour un service ou un poste spécifique, mais aussi de comparer les marchés, les zones géographiques et les secteurs afin d'identifier les nouvelles opportunités.



Conclusion

En raison de la nature intangible des services financiers, les clients ne disposent généralement d'aucune preuve physique de la qualité du service qui leur est fourni, ce qui fait de la confiance un facteur essentiel.²² Grâce aux données de 4 millions de décideurs du secteur des services financiers, les outils LinkedIn aident à créer une relation de confiance en permettant d'accéder à des insights en temps réel sur les prospects. Les chiffres parlent d'eux-mêmes.

18%

Les utilisateurs de LinkedIn Sales Navigator profitent d'une augmentation de **18%** du pipeline et de **30%** du montant des contrats par rapport aux non-utilisateurs.²³



Dans une étude récente, Deloitte indique que les dirigeants du secteur financier doivent appréhender l'ESG de manière horizontale, et non verticale, dans la mesure où nous vivons dans une économie dirigée par les consommateurs, où il est essentiel de répondre aux besoins et aux attentes des clients, ainsi que de maintenir avec eux une relation de confiance.²⁴ Les relations sont plus importantes que jamais. Elles peuvent changer en raison de nombreux facteurs, mais en être conscient est un bon début. LinkedIn permet de passer à l'étape suivante. Les commerciaux qui adoptent les avancées techniques pour prospecter de façon intelligente, en utilisant les données pour cibler des comptes, nouer des relations et évaluer l'intention d'achat, sont ceux qui obtiennent les meilleurs résultats.

[En savoir plus sur
LinkedIn Sales Insights →](#)

[En savoir plus sur LinkedIn
Sales Navigator →](#)



Sources

1. “QPR: What’s Changing”, LinkedIn, T1 2023.
2. “How do companies create value from digital ecosystems?”, McKinsey, 7 août 2020.
3. “Three ways financial services are taking inspiration from the subscriptions world”, FT Strategies, 2023.
4. “Financial Institutions Must Get Serious About Digital Ecosystems”, BCG, 1er Mars 2023.
5. Données du rapport Tendances des ventes 2022 de LinkedIn
6. Enquête mondiale 2022 auprès des acheteurs, par secteur financier, LinkedIn, 2022.
7. Données du rapport Tendances des ventes 2022 de LinkedIn
8. “Future of B2B Sales: The Big Reframe”, McKinsey, 2022.
9. Rapport tendance des ventes 2022, LSS
10. Tendance au transfert de pouvoir identifiée dans l’eBook “Adapting to selling in a hybrid workplace”
11. Rapport tendance des ventes 2022, LSS
12. Rapport tendance des ventes 2022, LSS
13. Europe Finance, août 2021
14. “Responsible Sales: Finding a customer-first approach to sustainable growth”, PWC, 2022.
15. “Growth, Marketing & Sales Insights”, McKinsey, 2023.
16. “Wealth managers prioritise ‘hyper personalisation’ in digital agenda”, FT Adviser, 2021.
17. Enquête mondiale 2022 auprès des acheteurs, par secteur financier, LinkedIn, 2022.
18. Europe Finance, août 2021
19. Rapport mondial sur les tendances des ventes, LinkedIn, 2021
20. Enquête mondiale 2022 auprès des acheteurs, par secteur financier, LinkedIn, 2022.
21. Rapport tendance des ventes 2022, LSS
22. Diacon et Ennew, 1996
23. “Adapting to selling in the hybrid workplace”, LinkedIn, 2021.
24. “How financial services can use ESG initiatives to help build a brighter future”, Deloitte, 2023.



LinkedIn Sales Solutions