

CRM, l'outil booster de votre productivité

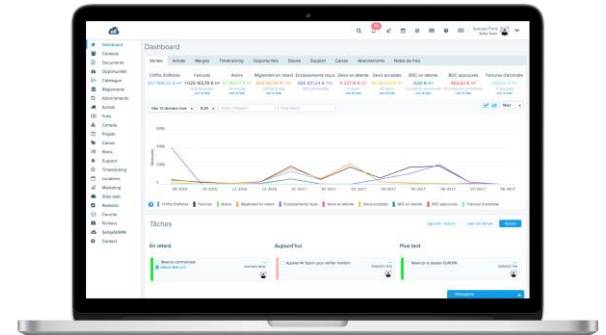
*“Placez le client au centre de votre
business et gagnez en efficacité”*





Sommaire

1. Le concept de CRM
2. Quand faut-il déployer un CRM et quelles équipes sont impactées?
3. Découvrir les différentes fonctionnalités d'un CRM
4. Choisir un CRM et le mettre en place dans l'entreprise
5. Découvrir les bénéfices d'un CRM





1

Qu'est-ce qu'un outil de CRM ?

Qu'est-ce qu'un CRM ?

Tout d'abord, que veut dire “ CRM ” ?

Il s'agit d'un acronyme anglais signifiant "**Customer Relationship Management**", ou "**Gestion de la Relation Client**".

Le CRM est l'outil qui permet à une marque d'établir une relation personnelle et privilégiée avec chacun de ses clients. [Toutes les interactions avec vos clients sont centralisés au sein d'un même logiciel afin d'optimiser votre connaissance client.](#)

● Plaçons nous dans le cadre de votre entreprise...

Un CRM permet tout simplement de construire une vraie relation avec vos clients et futurs clients.

L'enjeu est de faire savoir à chacun de vos clients, prospects ou fournisseurs qu'il est unique.

Un client a une relation unique avec votre entreprise

et pas avec une multitude de personnes et de départements.

A tout moment (pré-achat, achat, post-achat), n'importe quelle personne de votre entreprise doit être au courant de tout l'historique des interactions avec ce client.

C'est ici que l'utilisation d'un logiciel CRM entre en jeu.

Gestion de la relation client mais pas que...



● Un CRM va bien au delà de la gestion de la relation client...

Suivi de vos prospects, de vos opportunités business, pilotage de l'ensemble de votre cycle client (vente, facturation, suivi client, marketing...).

Vous avez ainsi une visibilité sur tout ce qui est essentiel au bon fonctionnement de votre entreprise.

Et par conséquent une vision plus large sur votre chiffre d'affaires à venir.



**Quand faut-il déployer un CRM
et quelles équipes sont
impactées?**

Quand faut-il déployer un CRM ?

Lorsque votre entreprise, est au début de son activité, que vous avez une petite équipe de 3 ou 4 personnes, les détails et informations de vos clients/prospects sont accessibles simplement : dans la boîte email d'un commercial, dans un tableau Excel partagé...

Mais un jour, votre entreprise grandit et on ne s'y retrouve plus ...

- Comment avoir un aperçu des différentes interactions entre vos collaborateurs et vos prospects / clients si les informations sont stockées à plusieurs endroits ?
- Comment s'assurer que l'ensemble des opportunités business soient suivies ?
- En cas de départ, par exemple d'un commercial : comment reprendre la relation exactement là où il s'est arrêté ?



L'utilisation d'un CRM devient alors judicieuse !

Aujourd'hui des solutions CRM très simples existent, et la tendance actuelle est à l'adoption d'un CRM dès le lancement du projet.

Voici les 3 questions à se poser :

1. Ai-je besoin de maintenir la liste de mes contacts, prospects et clients à jour ?
Si oui, est-ce stocké à plusieurs endroits aujourd'hui ?
2. Mes clients sont-ils en contact avec plusieurs interlocuteurs, de différentes équipes ?
3. Ai-je besoin de suivre facilement l'activité et la rentabilité de mon équipe commerciale ?

Si vous répondez oui à au moins une de ces questions, alors votre entreprise a certainement besoin d'un CRM ! :)



Qui utilise le CRM dans l'entreprise ?

La relation client doit être un cycle sans coupure qui démarre à la première interaction, et dont toutes les suivantes vont venir alimenter ce flux d'informations.

Les changements d'interlocuteur doivent être invisibles pour le client.

La seule façon d'y parvenir est d'avoir toutes les informations au même endroit, et accessibles en temps réel par l'ensemble des collaborateurs.

Equipe commerciale, équipe marketing, service client... Toutes vos équipes utilisent cet outil, de manière différente mais complémentaire. Le CRM permet de suivre l'ensemble du cycle client.

● Toutes les personnes en relation avec le client vont avoir besoin du CRM

Les commerciaux peuvent ainsi organiser leur prospection grâce à une vue pipeline visuelle et intuitive : l'ensemble des opportunités business sont répertoriées et classées dans votre CRM. Il n'y a plus de raison de rater une vente !

La relance des prospects / clients se fait au bon moment grâce à un suivi d'affaires en équipe et la mise en place de tâches et de rappels.

Les devis sont édités facilement et transformés en facture en quelques clics.

Votre support client est également en mesure d'assister les clients plus efficacement grâce à la centralisation de l'informations.



Toutes les personnes en relation avec le client vont avoir besoin du CRM

Toutes les données collectées peuvent ensuite être exploitées par les équipes marketing, et bien entendu par la direction qui possède ainsi des éléments d'aide à la décision (reporting, tableaux de bords intégrés au logiciel CRM) et au management.

Tout le monde a donc accès à la même information en temps réel.

Découvrir les différentes fonctionnalités d'un CRM

Quelles sont les fonctionnalités qu'un CRM doit proposer ?

Le CRM est la colonne vertébrale de votre entreprise et doit faire partie d'une véritable stratégie.

2 approches existent :

- Un CRM connecté avec tous les autres outils que vous avez l'habitude d'utiliser (newsletter, support client...)
- Un CRM composé de différentes briques permettant de centraliser toutes ces fonctionnalités en un seul et même outil

● Un outil qui va correspondre aux besoins de l'équipe commerciale...

Grâce aux fiches client, aux diverses fonctionnalités de suivi des opportunités et de suivi client, les commerciaux ont la possibilité d'optimiser leur prospection et leur relation client.

.... Mais également à ceux de toute l'entreprise

L'équipe marketing peut ainsi accéder aux informations client afin de segmenter et optimiser son envoi de newsletters.

L'équipe support peut retrouver l'historique des différents échanges entre les commerciaux et les clients, et donc offrir une assistance plus efficace.

Quelle que soit l'approche que vous choisissiez , le CRM est un outil offrant de larges possibilités et correspondant à toute l'entreprise



4

Choisir un CRM et le mettre en place

● Comment choisir son CRM ?

Certains pièges sont à éviter lorsque vous choisissez votre CRM.

1. Choisir une solution que vos utilisateurs aimeront utiliser

Si l'outil est complexe et lourd, les utilisateurs ne vont pas le renseigner

Gardez en tête que votre outil CRM doit faciliter l'accès aux données et simplifier les échanges entre les différents services de votre entreprise.

L'ergonomie de l'outil est essentielle, la possibilité d'utiliser en mobilité est également un point clé.

Avant de prendre toute décision, n'hésitez pas à faire tester la solution CRM à vos utilisateurs !





Comment choisir son CRM ?

2. Choisir une solution qui vous permet de régler facilement les droits de vos utilisateurs

Même si vous avez actuellement une petite structure où il n'est pas dérangeant que tout le monde ait accès à tout, il viendra certainement un moment où la nécessité de restreindre les accès interviendra.

Par exemple, vous ne souhaitez certainement pas que vos 10 commerciaux aient la possibilité de télécharger la base client complète.

● Comment choisir son CRM ?

3. Choisir une solution qui puisse se connecter à d'autres

Tenez compte des autres outils que vous utilisez. Par exemple, si vous utilisez une solution emailing, faites en sorte que le CRM que vous choisirez puisse communiquer avec cette solution.

Choisir une solution disposant d'une API (Applications Programming Interface) ouverte vous permettra de connecter votre solution CRM à votre site web, votre ERP interne ou toute plateforme tierce.

Vous simplifierez ainsi vos échanges de données.

● Comment choisir son CRM ?

4. Prendre garde à ce que vos données puissent être récupérées facilement

Vos besoins viendront peut-être à changer avec le temps, il est donc important que vous puissiez récupérer vos données si vous le souhaitez, et les réintégrer dans une autre solution.

● Comment déployer un CRM dans mon entreprise ?

Différents niveaux d'intervention, selon votre type de solution :

- ❖ **Un CRM en ligne** va être très facile et rapide à mettre en place. Une solution cloud permet d'éviter tous frais de maintenance et de mises à jour. Les améliorations produits sont constantes.
- ❖ **Un CRM logiciel installé sur serveur** nécessite un lourd déploiement et est plutôt adressé à des entreprises de grosse taille

Note : Les CRM logiciels sont en déclin, et sont amenés à devenir très minoritaires dans les années à venir.

● Évaluer la complexité de votre besoin est primordial

La façon de déployer votre solution va également dépendre de votre type de structure et de vos ressources en interne :

- ❖ **Vous êtes une startup**, avec des développeurs et vous êtes capables d'utiliser une API et de réaliser l'intégration à votre plateforme en ligne : une solution totalement en self service peut vous convenir.
- ❖ **Vous êtes une PME**, avec éventuellement des process un peu particuliers : un conseil extérieur va être nécessaire, afin de vous assister dans la préparation du déploiement et dans la formation de vos utilisateurs.

● Évaluer la complexité de votre besoin est primordial

- ❖ N'hésitez pas à tester les différentes solutions (des périodes d'essai sont en général proposées).
- ❖ Appelez un expert de la solution pour avoir de l'information, avoir une démonstration gratuite de la solution en partage d'écran.
- ❖ Renseignez-vous sur le process pour votre déploiement.
- ❖ Préparez un cahier des charges précis de vos besoins et attentes pour simplifier la mise en œuvre de votre futur outil.

Découvrir les bénéfices d'un CRM

Quels sont les intérêts d'utiliser un logiciel CRM ?

Fidéliser vos clients en continuant la relation après achat avec eux

Le CRM permet ainsi de segmenter la base client grâce aux données accumulées pendant la phase pré-achat, et de définir des grands thèmes.

Par exemple un découpage des clients VIP, qui ont dépensé le plus dans votre société, ou bien encore un découpage par zone géographique.

Vous avez la possibilité d'envoyer des offres et des informations personnalisées à chacun (ventes privées, newsletters personnalisées ...)

Le but : faire sentir au client qu'il est unique et construire cette relation privilégiée



Qu'est-ce qu'une bonne solution CRM ?

Le CRM va permettre d'augmenter la rapidité avec laquelle votre société transforme des opportunités en factures

Prenons le schéma classique de la concrétisation d'une opportunité:

Le commercial est en contact avec un lead. Il va lui envoyer un devis, que le client va signer et lui retourner, entraînant donc l'édition d'une facture et le règlement de celle-ci.



Grâce au CRM

On a donc un gain de temps et une véritable simplification sur toute la ligne de production. Un CRM permet également de déterminer des circonstances de vente que l'on n'aurait pas prévu.

Par exemple : un produit qui se vend particulièrement bien dans une certaine région

Vous pourrez donc prévoir l'envoi d'offres personnalisées sur cette région.

On augmente le business par l'analyse des événements et des données

● Comment bien centraliser les informations client ?

● Les solutions en ligne se généralisent, et génèrent un véritable gain de productivité

Le CRM permet aux membres des différentes équipes de travailler ensemble, grâce à un système qui permet entre autres les commentaires, l'assignation de tâches, la programmation de réunions...

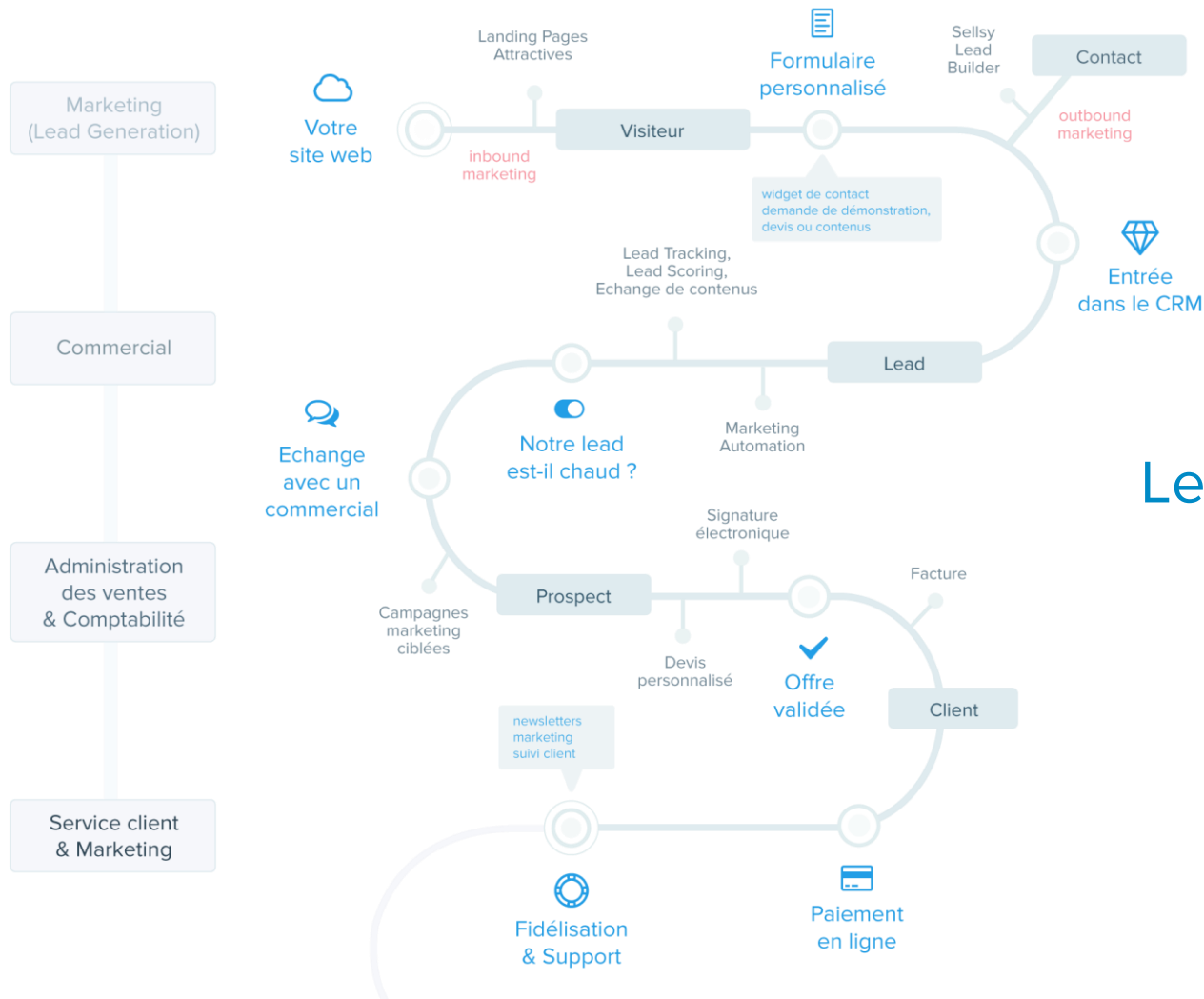
La mobilité d'une solution CRM est essentielle, notamment afin de faciliter la tâche des commerciaux sur le terrain, qui peuvent ainsi avoir accès aux informations ou les compléter à tout moment.

● Comment bien centraliser les informations client ?

● Consolidation de l'information client

Le CRM vous donne la possibilité d'accéder à toutes les opportunités en cours, les factures en retard, les tickets de support en cours... depuis un même endroit.

Vous retrouvez tout ce que vous avez besoin de savoir dans la fiche client, sans la nécessité de passer d'un logiciel à un autre.



Le cycle client ●

● Sellsy, faits & chiffres marquants

- Créé en 2009 par Alain Mevellec et Frédéric Coulais
 - 50 employés basés à La Rochelle et Paris
 - 3 000 clients & plus de 15 000 utilisateurs
 - 70% de croissance annuelle
-
- Classée parmi les entreprises ayant la plus forte croissance en Europe (Financial Times - Avril 2017)
 - Distinction Champion de la croissance 2017 (Les Echos - Février 2017)

Pour en savoir plus :

Pour en savoir plus sur Sellsy rendez-vous sur notre site :
<https://bienvenue.sellsy.com/>

Intéressé par notre solution ?

Nos experts vous conseillent et vous proposent une démonstration personnalisée en fonction de vos besoins :



05 47 74 46 20



contact@sellsy.com

