LIVRE BLANC

Sales Automation :

Amie ou ennemie de votre force de vente ?

JANVIER 2022

Dans notre société, l'automatisation et l'IA sont de plus en plus présentes. Le monde du travail voit lui aussi certaines de ses activités s'automatiser, rendant le travail moins chronophage et moins contraignant.

Cela est tout particulièrement le cas pour les équipes commerciales !

La **Sales Automation** vise à vous faire **gagner du temps** en vous déchargeant des tâches récurrentes concernant la prospection.

Une stratégie de Sales Automation implique une mise en place bien précise reposant notamment sur l'instauration de prises de contact sales automatisées.

Découvrez, à travers ce livre blanc, les **avantages** que peut vous offrir la Sales Automation, les **erreurs à éviter** ainsi que les **outils** dédiés pour accélérer votre croissance !

Sommaire

Sales Automation (automatisation des ventes) : encore un mot à la mode ? 2

L'automatisation menace-t-elle la place de l'humain dans la vente ? 2

Qu'est-ce que la Sales Automation ? 2

L'automatisation doit-elle vous faire peur ? 3

Pourquoi l'avenir de l'automatisation des ventes est-il primordial ? 4

Les 5 avantages et possibilités offerts par la sales automation 6

#1 Devenez plus efficace 6

#2 Boostez vos prévisions commerciales 6

#3 Dites adieu aux tâches répétitives 6

#4 Passez plus de temps à créer des contacts 7

#5 Améliorez la gestion du pipeline 8

Les 5 erreurs à éviter ! 9

1. Perdre la touche personnelle 9

2. Jongler entre différents systèmes 9

3. Mal choisir les tâches à automatiser 10

4. Ne pas fixer d'objectifs 10

5. Ne pas tester vos flux de travail 11

Des outils de sales automation qui accélèrent votre croissance 12

1. Intercom 12

2. Zapier 12

3. Pipedrive 13

Processus de vente reproductible : quelle utilité ? 14

Sales Automation (automatisation des ventes) : encore un mot à la mode ?

L'automatisation s'immisce dans tous les aspects de notre vie. L'évolution des technologies de l'automatisation est si rapide qu'il nous est presque impossible de suivre toutes les nouveautés.

👉 Par exemple

- ➔ Vous pouvez demander à Alexa votre liste de courses sauvegardée et mettre vos achats de la semaine dans votre panier.
- ➔ Quand vous passez en caisse, vos coordonnées sont déjà préremplies sur votre compte PayPal. Il suffit d'un clic et le paiement est fait automatiquement.
- ➔ Si vous rencontrez des problèmes en cours de route, vous pouvez ouvrir une fenêtre de chat en direct et parler à un "chatbot" qui répondra à votre question comme par magie.

L'automatisation menace-t-elle la place de l'humain dans la vente ?

On prévoit que les dépenses mondiales des entreprises dans l'Intelligence Artificielle (IA) atteindront **110 milliards de dollars** par an d'ici à 2024, selon un rapport d'analyste de l'International Data Corporation (IDC) d'août 2020. En 2021, la Commission Européenne propose de nouvelles règles en faveur de l'excellence et de la confiance dans l'IA.

Pourtant, l'automatisation et l'IA ne sont pas des phénomènes tout nouveaux, contrairement à ce qu'affirment les médias. En réalité, le concept d'automatisation existe depuis des millénaires.

La mythologie grecque mentionne des êtres automatisés et autonomes. Des "automates" ont aidé le dieu Héphaïstos à créer les armes utilisées par les dieux du mont Olympe. Même dans les civilisations anciennes, les gens reconnaissaient l'intérêt de travailler plus vite, en faisant moins d'erreurs.

Qu'est-ce que la Sales Automation ?

En bref, la sales automation (ou l'automatisation des ventes en français) est le **processus d'automatisation** des tâches et des activités répétitives dans le cadre d'une fonction commerciale. Il peut s'agir d'automatiser les réponses aux courriels, de garder la trace des appels, de saisir des données ou de toute autre tâche administrative associée au travail d'un professionnel de la vente.

L'automatisation doit-elle vous faire peur ?

Dans un contexte de vente, le potentiel impact de l'automatisation dépendra largement de votre **point de vue**.

La taille des équipes de vente pourrait diminuer à mesure que les équipes et les processus deviennent plus efficaces. Une forte proportion de postes peu qualifiés, qui consistent en des tâches administratives répétitives, sera remplacée par une technologie d'automatisation moins chère, plus rapide et plus précise.

D'un autre côté, les professionnels de la vente les plus performants devraient tirer des **avantages** considérables de la montée en puissance de la sales automation. Libérés du carcan des tâches répétitives comme l'administratif, la prise de notes et la saisie de données, les vendeurs les plus compétents pourront consacrer beaucoup plus de temps à la vente elle-même. Cette augmentation de la part du travail stratégique fait d'un bon vendeur un atout supplémentaire pour une entreprise en pleine croissance.

☝ **Les vendeurs les plus compétents auront plus de temps pour la vente et un rôle plus important**.

Au fur et à mesure que l'équipe de vente devient plus productive, les entreprises accordent plus de **confiance à la fonction commerciale**, ce qui signifie qu'il faudra embaucher davantage de vendeurs.

Ainsi, bien que l'automatisation puisse réduire le nombre de tâches liées à la vente qui ne nécessitent pas de qualifications, de **meilleures opportunités** continueront à se présenter pour les professionnels ayant de bonnes compétences en gestion de la relation client et en communication (deux parties essentielles de la vente qui sont beaucoup plus difficiles à automatiser).

Optimiste 🤗	Pessimiste 😰
La vente consiste à établir des liens, ce qui exige un contact humain - il y aura donc toujours une place dans les affaires pour les professionnels de la vente ayant de bonnes compétences en gestion de la relation client.	Ou bien la technologie de l'automatisation se développera-t-elle au point qu'un programme numérique pourra assurer des rôles et des tâches qui exigent des niveaux plus élevés de créativité et d'intelligence émotionnelle ?

Pourquoi l’avenir de l’automatisation des ventes est-il primordial ?

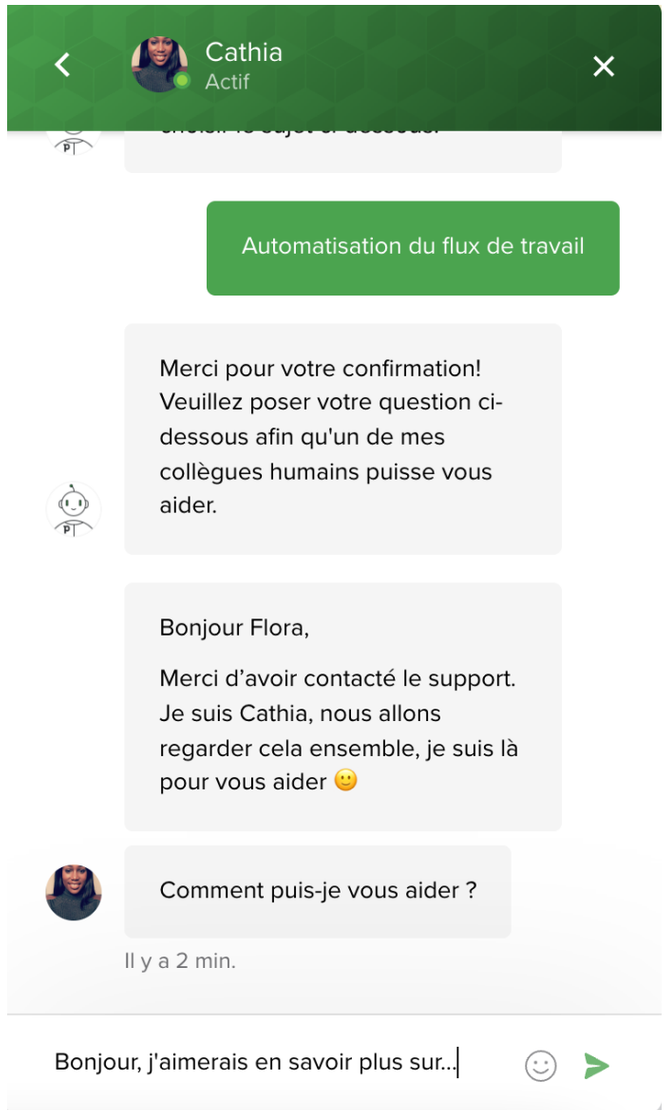
La Sales Automation change le fonctionnement de ce secteur d’activité. C'est indéniable.

Mais si nous ne pouvons pas empêcher ce changement, nous pouvons **contrôler** la façon dont il se produit.

Les outils d'automatisation des ventes, comme les chatbots et les applications de chat en direct, ont déjà commencé à s'immiscer dans le processus de vente, l'argument principal étant qu’ils sont très pratiques pour les commerciaux et les clients.

S'il est vrai que la Sales Automation va peut-être remplacer les emplois de vente simples, répétitifs et non qualifiés, il est également vrai que l'IA libère du temps pour que les vendeurs et vendeuses qualifié(e)s puissent travailler plus efficacement.

Par exemple 👉



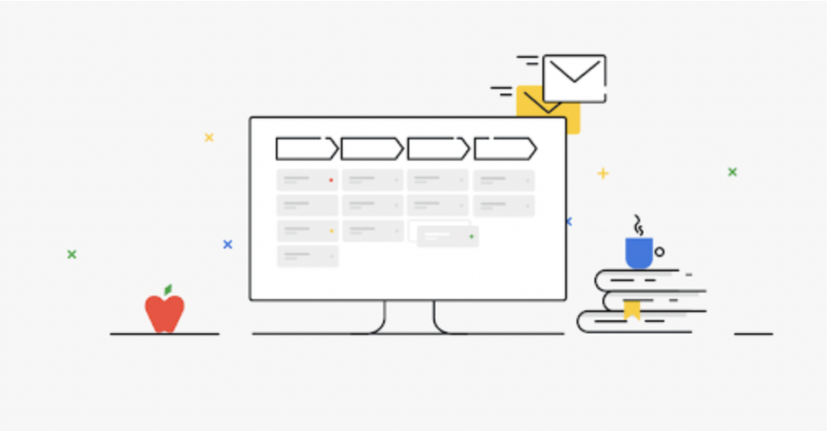
Screenshot ChatBot de Pipedrive

☝ Selon une étude de CapGemini, 79 % des organisations ayant réussi à intégrer l'IA dans leur fonctionnement enregistrent une augmentation de plus de 25 % des ventes de produits et de services traditionnels. De plus, 62 % d'entre eux constatent également une diminution d'au moins 25 % du nombre de réclamations de la part des clients.

L'essentiel, c'est que les vendeurs vendent.

Tout ce qui les empêche de vendre, qu'il s'agisse de préparer un e-mail ou de remplir un journal d'appels, freine la croissance de l'entreprise.

En tirant parti des **outils d'automatisation**, les commerciaux peuvent passer moins de temps à s'occuper de l'administratif et plus de temps à parler avec les prospects et à développer des relations profondes et sérieuses avec les clients, ce que les chatbots ne savent pas encore faire.



> "Il y a beaucoup de réflexions sur la façon dont l'IA va remplacer les vendeurs, mais je pense qu'elle va juste entraîner une sélection naturelle. L'avenir n'est pas à "la mort du vendeur", mais à "la mort du vendeur paresseux". Les meilleurs vendeurs adopteront l'IA et automatiseront leurs tâches pour passer plus de temps à conclure les ventes."
>
> - Chris Fago, spécialiste sécurité du cloud chez PrismaCloud.

Les 5 avantages et possibilités offerts par la sales automation

Pour les vendeurs qualifiés qui ont hâte de se débarrasser des **tâches sans intérêt** et de passer plus de temps à faire ce qu'ils aiment, vendre, l'avenir semble prometteur.

Voici cinq des meilleurs avantages et possibilités offerts par la **sales automation** :

#1 Devenez plus efficace

Dès lors que les **outils d'automatisation** des ventes se chargent de toutes les tâches sans intérêt (de la prise de notes à la recherche des coordonnées d'une personne à appeler), l'efficacité et la productivité augmentent, ce qui permet aux commerciaux de passer plus de temps à vendre et, par conséquent, à développer l'entreprise.

☝ Selon une étude menée par l'IFOP, 44 % des Français estiment que l'IA a des conséquences plutôt positives sur les performances au travail (+3 pts vs 2019), 42 % sur l'évolution des compétences (+3 pts vs 2019) et 40 % sur le bien-être au travail (+4 pts vs 2019).

#2 Boostez vos prévisions commerciales

Grâce à un **logiciel d'automatisation** qui enregistre les tendances passées et actuelles des ventes, vous aurez accès à des données qui pourront vous aider à mieux identifier les futurs prospects et à prévoir les futures ventes afin de prédire le chiffre d'affaires à venir.

👉 Par exemple, dans **Pipedrive**, les rapports sur les recettes escomptées vous permettent d'estimer vos futures recettes, de connaître le nombre de ventes conclues et le nombre d'offres toujours en cours. Vous pouvez ainsi planifier vos tâches tout en disposant d'une estimation précise de vos futures ressources.

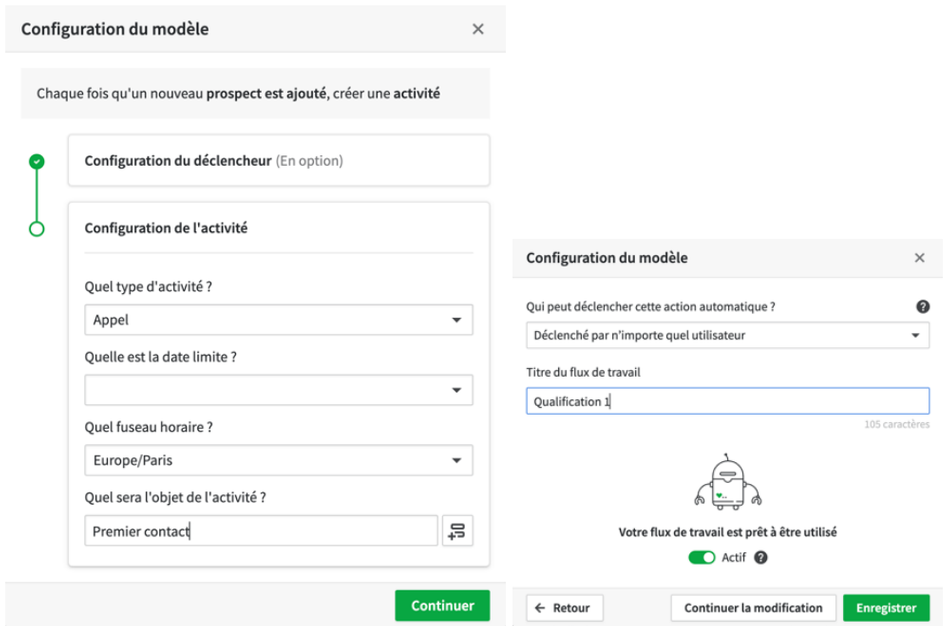
#3 Dites adieu aux tâches répétitives

Faire la même chose tout le temps peut vous rendre fou. Personne n'aime les tâches répétitives et c'est pour cette raison que le monde rêve d'automatisation depuis la mythologie grecque.

Dans la vente, les tâches routinières ont vite fait d'engloutir votre temps.

👉 C'est là que **Pipedrive** entre en jeu. Vous souhaitez qu'une offre soit automatiquement créée pour chaque nouveau contact ajouté ? C'est fait ! Besoin d'affecter une offre à un autre vendeur quand celle-ci passe une certaine étape ? C'est fait ! Créer une activité chaque fois qu'une offre avance

dans le pipeline ? Tada ! C'est fait. L'automatisation des workflows vous confère un levier de productivité idéal pour le travail multitâche.

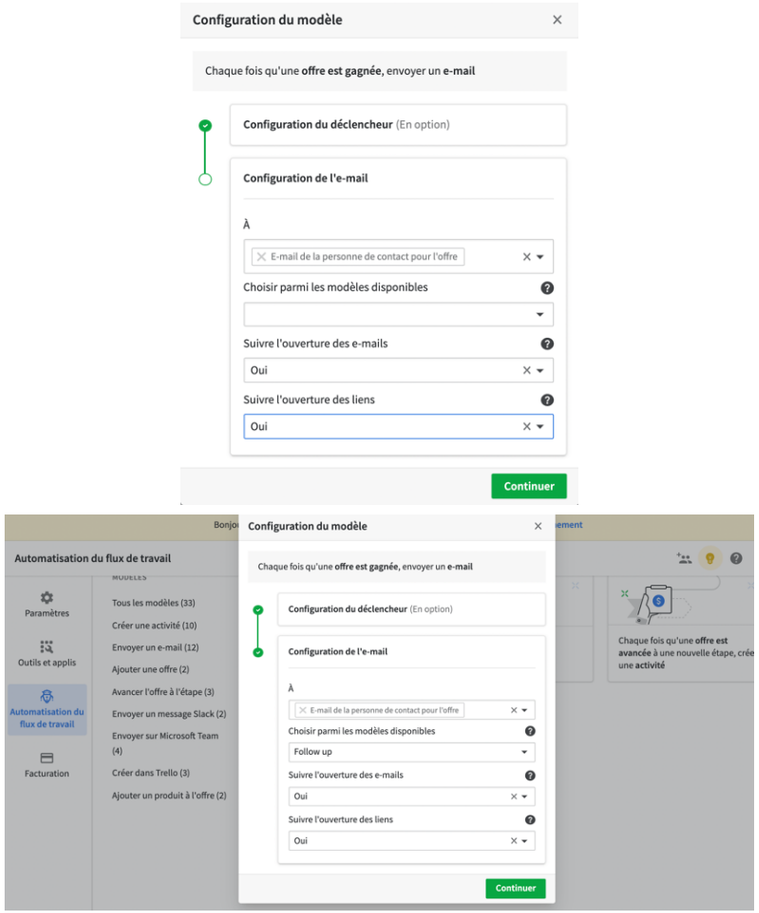


Screenshot création d'une activité automatisée

#4 Passez plus de temps à créer des contacts

Grâce aux **logiciels d'automatisation** qui se chargent de toutes les "tâches ennuyeuses", les commerciaux et commerciales peuvent enfin se concentrer sur la clientèle et, surtout, sur la vente.

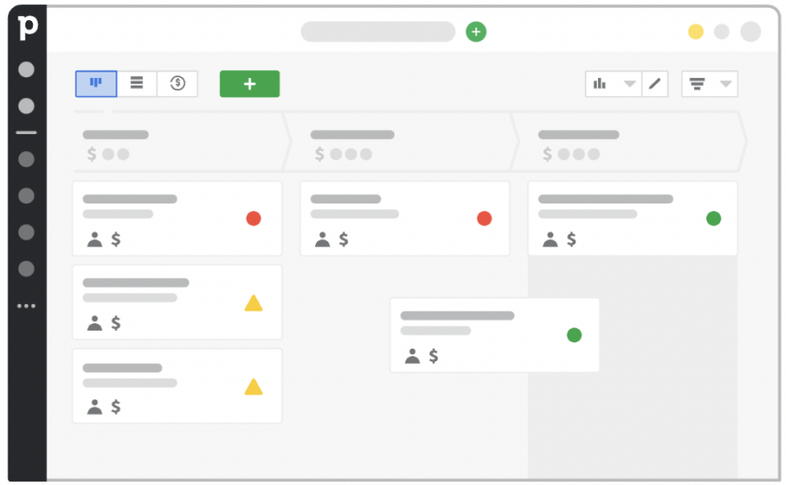
👉 **Pipedrive** vous permet d'envoyer automatiquement un e-mail personnalisé chaque fois qu'une offre est créée ou change d'étape. Maintenez facilement l'intérêt de vos prospects et clients potentiels, tout en gardant du temps pour vous concentrer sur d'autres activités prioritaires.



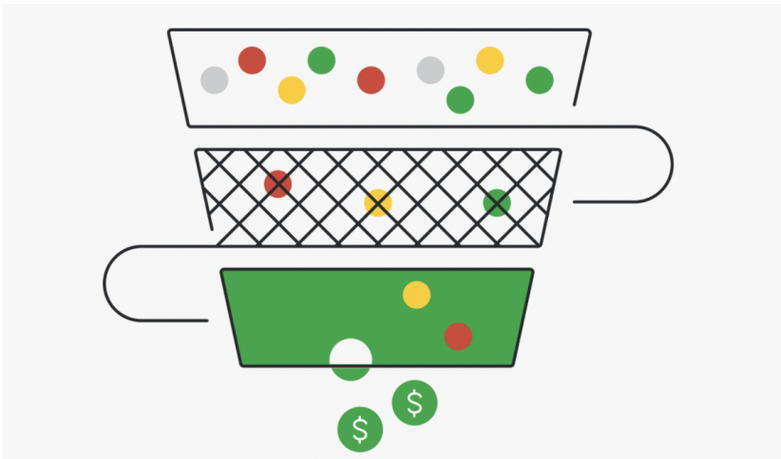
Screenshot création d'email automatisé

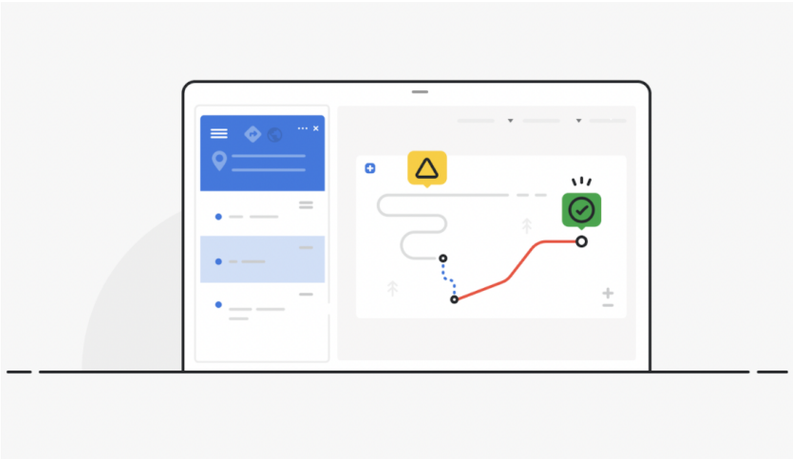
#5 Améliorez la gestion du pipeline

Tous les commerciaux semblent avoir leur propre façon de gérer leurs prospects et de suivre leurs tâches quotidiennes, mais cela peut rendre la **gestion du pipeline** difficile.



👉 En **automatisant** votre pipeline (et celui de votre équipe) sur un seul CRM, vous aurez une visibilité transversale sur toutes vos ventes. Les commerciaux sauront ainsi qui contacter et à quel moment, ce qui leur permettra de garder le contrôle total sur leur processus de vente.





Les 5 erreurs à éviter !

Comme pour toute nouvelle technologie ou tout nouveau processus mis en œuvre dans votre entreprise, il se peut que certaines choses tournent mal et il existe des **pièges à éviter.**

1. Perdre la touche personnelle

La vente est un secteur fondé sur les relations et, même avec la montée de la **sales automation**, il est important de conserver le côté humain de la vente. Si vous automatisez chaque interaction entre les clients et votre entreprise, vous risquez de les perturber, de les frustrer et de les perdre assez rapidement.

💡 **Comment éviter cette erreur :**

N'utilisez jamais l'automatisation dans une situation où les prospects préféreraient parler à une vraie personne, surtout lorsque l'empathie est nécessaire.

Automatisez plutôt les tâches qui nécessitent très peu d'intervention de la part des clients. Les invitations à un calendrier et les e-mails de suivi en sont de bons exemples.

☝ D'après Guillaume Andrieu, manager marketing, la relation Client fait appel à des ressorts psychologiques qui échappent encore largement aujourd'hui à la machine. L'IA est dénuée d'affect.

Or, c'est précisément ce qui peut manquer à un consommateur qui, dans ses échanges avec la marque, désire trouver chez son interlocuteur un écho à ses propres sentiments. Dans bien des cas, l'empathie s'avère ainsi indispensable pour permettre au client de se sentir pleinement compris et rassuré.

On comprend dès lors le résultat de l'étude de Pegasystems précisant que 48 % des Français apprécient un lien direct et un contact humain dans le cas d'une réclamation.

2. Jongler entre différents systèmes

Les commerciaux doivent déjà jongler avec beaucoup de choses. Si vous commencez à **automatiser vos systèmes**, ou à sélectionner des plates-formes pour leur automatisation, assurez-vous que vous pouvez les connecter les unes aux autres.

Si votre CRM ne se connecte pas à votre système de gestion des prospects, et si votre système de gestion des prospects ne se connecte pas à votre calendrier... eh bien, vous voyez le problème.

Il ne sert pas à grand-chose d'automatiser de nombreux systèmes différents si cela vous donne plus de travail en fin de compte.

💡 **Comment éviter cette erreur :**

Une plate-forme d'automatisation des ventes tout-en-un comme Pipedrive vous aidera à créer un processus de vente cohérent que votre équipe pourra suivre.

3. Mal choisir les tâches à automatiser

Il est très important de trouver un **équilibre** entre les robots et les vendeurs.

👉 Par exemple, c'est bien d'utiliser un outil d'automatisation pour organiser un appel de démonstration, mais c'est ensuite un vrai commercial qui doit faire cette démonstration. Le vendeur doit contrôler le discours. Vous devez être en mesure de répondre aux questions, de contrôler la conversation et de créer un lien avec votre client potentiel.

💡 **Comment éviter cette erreur :**

Ne vous lancez pas à corps perdu dans la sales automation. Examinez votre processus de vente dans son ensemble et décidez de ce qui peut être automatisé et de ce qui nécessite une intervention humaine. En adoptant la sales automation pas à pas, sans vous précipiter, vous pourrez facilement faire marche arrière pour certaines tâches que vous avez automatisées si vous vous rendez compte a posteriori que ce n'était pas une bonne idée.

4. Ne pas fixer d'objectifs

Les flux d'e-mails offrent une opportunité évidente d'automatisation pour gagner du temps. Utilisez les déclencheurs entrants pour développer des campagnes de maturation des prospects, pour leur apprendre à résoudre leur problème spécifique. Il s'agit d'une base pour développer vos ventes. Vous réduisez le temps que votre équipe de vente passe à communiquer avec un prospect avant qu'il ne soit qualifié et prêt à devenir un client, et c'est à ce moment-là que le commercial pourra intervenir pour établir une connexion.

L'essentiel, c'est que tous vos flux de travail aient des **objectifs clairs**.

💡 **Comment éviter cette erreur :**

Déterminez vos objectifs de conversion avant de mettre en place vos flux de travail. Demandez-vous ce que vous attendez de chaque tâche automatisée.

- ➔ Voulez-vous augmenter directement le retour sur investissement ?
- ➔ Voulez-vous diriger un lead vers le bon membre de l'équipe ?
- ➔ Voulez-vous générer des données spécifiques ?
- ➔ Voulez-vous entretenir la relation avec un prospect jusqu'à la vente ?

Assurez-vous de personnaliser vos flux d'e-mails avec une technologie d'automatisation intelligente. Utilisez les informations que vous avez recueillies auprès du prospect pour améliorer son expérience. Personnalisez chaque flux en fonction de déclencheurs spécifiques.

5. Ne pas tester vos flux de travail

Avec l'automatisation, il peut être très tentant de tout régler et d'oublier ces flux. Mais si vous ne testez pas, ne révisez pas ou n'optimisez pas vos **flux de travail**, vous risquez de laisser des offres à la concurrence.

💡Comment éviter cette erreur :

Jouez avec le vocabulaire, les images et les CTA (boutons d'appel à l'action) dans le but de **trouver la meilleure formule** pour attirer les prospects et les transformer en clients.

Cependant, vous devrez être prêt à intervenir si les e-mails automatisés rebutent les gens : il est essentiel de savoir quand les prospects potentiels ont besoin d’une touche humaine dans le processus de vente.

En bref / À retenir :

➔ Il est clair que si l'automatisation peut être un outil incroyable pour votre équipe de vente, il y a certaines tâches qui ne devraient jamais être automatisées.

Comment trouver le bon équilibre ?

➔ Pour en savoir plus, lisez notre article explicatif dédié > Quelles sont les tâches du processus de vente que vous devriez automatiser (ou non) ?

Des outils de sales automation qui accélèrent votre croissance

1. Intercom

Il est de plus en plus possible **d'automatiser** les premières étapes de l'interaction avec les prospects grâce aux chatbots, et **Intercom** est un véritable leader dans ce domaine.

Les **chatbots** fonctionnent 24 heures sur 24, ils répondent aux questions des clients et qualifient les prospects en leur posant des questions et en les orientant dans la bonne direction en fonction des réponses.

Les clients potentiels obtiennent une réponse immédiate, basée sur votre script et vivent une expérience client cohérente. Les informations qu'ils fournissent peuvent ensuite être partagées sur votre système de gestion de la relation client (CRM) pour avoir un suivi, avec des réponses immédiates aux questions et des prospects qualifiés.

Le commercial se trouve ainsi en excellente position lors de la première conversation, ce qui lui permet de consacrer plus de temps à des échanges de qualité et moins de temps à la recherche initiale d'informations.

👉 Mieux encore, vous pouvez relier Intercom à Pipedrive sur la Marketplace.

> "Grâce à Intercom, la durée d'une étape clé de notre cycle de vente est passée de 21 à 3 jours. Désormais, nous pouvons identifier et engager les leads en un temps record."
>
> Adam Cleveland, vice-président de la Génération de Demande chez Tradeshift

2. Zapier

Toute personne travaillant dans la vente sait qu'il y a beaucoup **d'éléments mobiles** dans le processus. Toute une série d'outils excellents a été créée pour collecter les données des clients et les faire avancer dans le processus de vente. Malheureusement, ces logiciels ne peuvent généralement pas partager leurs données entre eux, ce qui vous oblige à effectuer un travail manuel important pour collecter les données et les saisir à différents endroits.

Zapier élimine les tâches chronophages de votre charge de travail : il s'agit d'un "connecteur" entre les différentes applications Web que vous utilisez.

Vous pouvez rationaliser et accélérer vos processus de vente les plus importants : capture des prospects et des offres, mise à jour des étapes de l'offre, centralisation des contrats, suivi des actions, configuration des notifications et des alertes et communication des mises à jour à votre équipe.

Ainsi, si vous utilisez un formulaire web pour recueillir les commentaires ou les informations de vos clients, vous pouvez mettre en place un flux de travail "zap" qui relie ces données à une feuille de calcul ou directement à votre CRM.

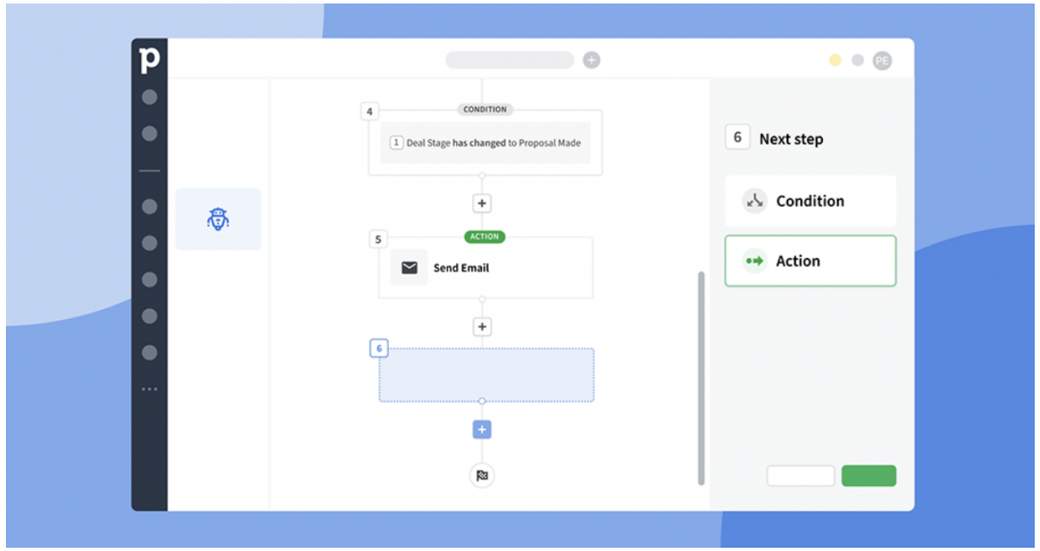
👉 Plus simplement, Zapier (qui peut être utilisé en tandem avec **Pipedrive**) vous permet de capturer des informations à partir de toutes les applications que vous utilisez pour votre processus de vente et de les organiser dans votre pipeline en fonction des règles que vous avez définies.

3. Pipedrive

Chez **Pipedrive**, notre fonctionnalité d'**automatisation du flux de travail** a été conçue pour vous aider à vendre plus intelligemment et à gagner du temps, que vous pouvez ensuite réinvestir pour construire de meilleures relations avec vos clients. Des intégrations telles qu'Aircall et Pipechimp présentent chacune leurs propres caractéristiques et leurs propres avantages pour vous aider à éliminer le travail chronophage et vous permettre de consacrer plus de temps aux tâches qui apportent le maximum de valeur.

👉 Aircall, par exemple, vous permet de consigner automatiquement les enregistrements d'appels, leur durée, les commentaires et les résultats dans notre CRM à la fin de chaque appel, sans avoir à les saisir manuellement.

Pipechimp relie votre compte Pipedrive à votre compte Mailchimp afin que les informations sur les prospects soient automatiquement transférées de l'un à l'autre, ce qui vous évite d'avoir à les saisir vous-même.

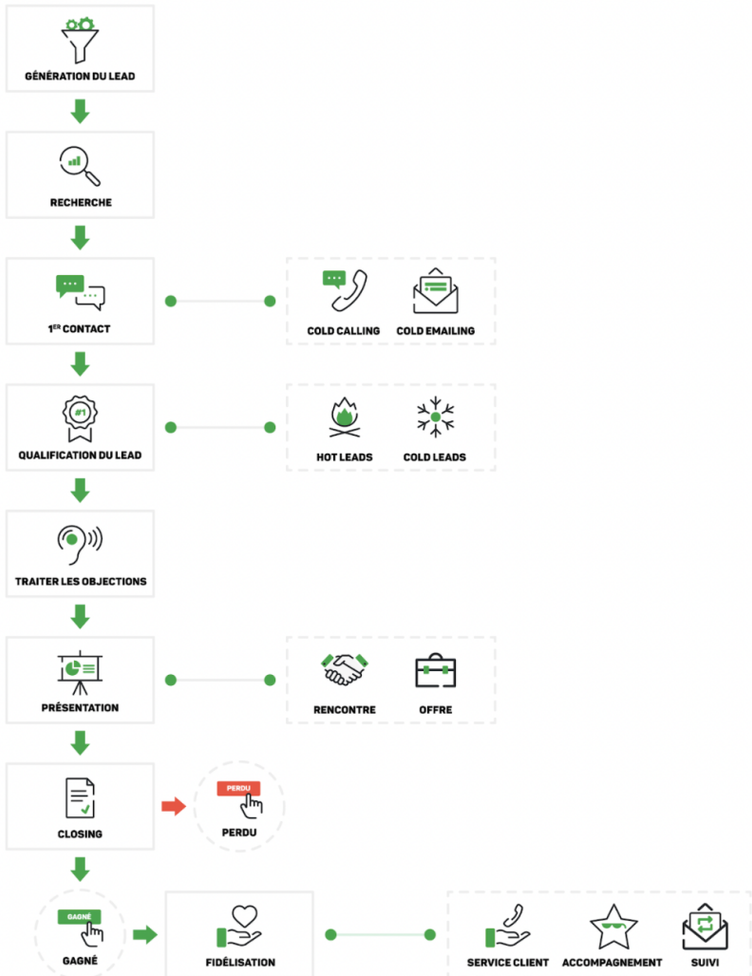


Processus de vente reproductible : quelle utilité ?

Avec un **processus de vente** reproductible, mesurable et cohérent, il vous sera beaucoup plus facile d'identifier les domaines pour lesquels vous pouvez utiliser la sales automation pour **éliminer les tâches manuelles et répétitives**.

Cela vous aidera à constituer une équipe de vente plus qualifiée qui pourra consacrer toute son énergie à la vente.

☝ Vous n'avez pas besoin d'un compte pour tester Pipedrive grâce à un essai gratuit de 14 jours !



appvizer

Appvizer est le premier média en Europe dédié aux logiciels professionnels.

Sa mission est de permettre aux professionnels de trouver facilement les bons logiciels pour être plus compétitifs et travailler plus agréablement au quotidien.

pipedrive

Pipedrive, est un outil CRM qui propose une visualisation du processus de vente sous la forme d'un pipeline. La solution vous aide donc à vous concentrer sur les ventes et les tâches générant le plus de revenus pour votre entreprise.