

Les 5 domaines clés de la vente

En 2020, face à la pandémie, les forces de vente ont dû faire preuve d'agilité et de résilience pour garder le cap. En 2021, il s'agit désormais de se projeter et de préparer l'avenir.

Il est essentiel de continuer à stimuler l'activité commerciale, même en période de changement. Il en va de la survie et de la santé à long terme de l'entreprise. Mais comment former une équipe commerciale plus résiliente, maintenir la concentration et la motivation de ses membres, et se préparer aux mutations à venir?

Vous trouverez ci-dessous un aperçu des cinq domaines clés sur lesquels cibler vos efforts pour rendre l'infrastructure de vente de votre entreprise aussi sûre et pérenne que possible.

Au cours des quatre dernières récessions, **14 % des entreprises** ont connu une accélération de leur croissance. Pour assurer une telle progression, il est **essentiel de posséder des forces de vente résilientes**.*

1.



Expérience et engagement

Comment établir une relation continue et interactive avec les clients?

2.



Optimisation de la vente consultative

Quels éléments de votre processus de vente pouvez-vous automatiser, et lesquels doivent conserver un parcours de vente plus traditionnel?

3.



Des ventes et un service fluides, quel que soit le canal

Avez-vous la capacité de répondre aux besoins de vos clients de la manière qu'ils le souhaitent? Ils doivent pouvoir compter sur vous pour obtenir les meilleurs conseils et assistance possibles, dès qu'ils en éprouvent le besoin.

4.



Administration simplifiée

Réduire les frais généraux administratifs tout en offrant une expérience plus directe aux clients.

5.



Des opérations de vente efficaces

Mise en place d'un système de retour d'information ciblé et informatif permettant d'allouer plus efficacement les ressources, d'évaluer et d'améliorer les performances, et de faciliter les opérations.

Il existe par ailleurs un élément qui relie tous ces domaines entre eux : la technologie. Aucune de ces actions ne sera efficace si vous n'avez pas investi dans vos technologies de base, des outils qui soutiennent vos équipes et les aident à atteindre les exigences de qualité que l'on attend d'elles.

Veiller à ce que vos principaux investissements dans la data et les technologies servent à obtenir une meilleure compréhension des clients, et à leur offrir une expérience et des interactions supérieures. Pour être en mesure de proposer des moyens de vente équilibrés, quel que soit le canal, il vous faudra trouver la bonne combinaison d'outils et de technologies, qui pourra être amenée à changer à mesure que vous et vos clients évoluez.

Et ensuite?

Pour renforcer la résilience de vos forces de vente à travers une stratégie efficace, il vous faut anticiper et planifier. Nous avons rédigé un article portant sur la résilience des ventes. Nous y exposons les éléments à retenir pour avancer vers l'avenir en toute confiance.