



E-BOOK

Maîtriser les leviers de la vente B2B moderne grâce à l'enablement

Comment Seismic accompagne
les commerciaux pour qu'ils
réussissent dans un monde dominé
par les acheteurs



Sommaire

Introduction : la vente moderne requiert l'utilisation des dernières technologies	3
La recherche d'un contenu pertinent doit être rapide et facile	6
La personnalisation du contenu doit être automatisée et se faire sans effort	7
La conduite de rendez-vous concluants doit être fluide et reproductible.	8
La formation continue des commerciaux doit être modulable et individualisée	10
Conclusion : Seismic a été conçu pour vous aider à maîtriser les ventes B2B	12
A propos de Seismic	13



la vente moderne requiert l'utilisation des dernières technologies

Le monde appartient aux acheteurs. Les vendeurs sont de simples invités.

Il fut un temps, dans le monde du B2B, où le vendeur avait le contrôle. Si une entreprise voulait acheter quelque chose, elle appelait et un commercial lui répondait, en détaillant son produit ou service, en expliquant comment il se situait par rapport à la concurrence et en définissant le prix. Mais ce n'est plus le cas aujourd'hui. Aujourd'hui, l'acheteur a plus que jamais le contrôle. Avec une multitude de ressources en ligne à leur disposition, les acheteurs réalisent eux-mêmes une grande partie de leurs études de marché, de leurs analyses concurrentielles et de leurs comparaisons tarifaires, si bien qu'ils ne passent plus que 5 % du cycle de vente avec un commercial.¹ Et ce cycle ne fait que s'allonger et se complexifier, avec l'entrée en jeu d'une plus grande variété de décideurs.

L'époque où les vendeurs pouvaient miser sur des interactions directes avec les acheteurs pour démontrer leur expertise et établir des relations personnelles est révolue. Pour vendre aux acheteurs d'aujourd'hui et regagner de l'influence dans le processus d'achat, les commerciaux doivent capter l'attention des acheteurs en partageant un contenu vraiment pertinent au bon moment sur les bons canaux digitaux.

Et la pandémie n'a fait qu'accélérer ce changement², mettant un terme brutal et quasi mondial aux rendez-vous et événements en personne, tels que les salons professionnels, les conférences et les déjeuners d'affaires. Pendant cette période, le travail à distance est devenu une obligation et les canaux digitaux sont devenus le seul moyen de communication entre acheteurs et vendeurs ; et il s'avère qu'ils l'apprécient tous les deux. Selon McKinsey, deux tiers des acheteurs et des commerciaux préfèrent désormais les interactions à distance aux interactions en personne.³

¹ <https://www.gartner.com/en/sales/insights/b2b-buying-journey>

² <https://seismic.com/fr/resources/reports/the-personalization-payoff-report/>

³ <https://www.mckinsey.com/capabilities/growth-marketing-and-sales/our-insights/the-future-of-b2b-sales-is-hybrid>



Les commerciaux ne répondent toujours pas aux attentes des acheteurs et c'est à cause de la technologie qu'ils utilisent

Malheureusement, cette appréciation mutuelle des interactions digitales ne signifie pas que tout se passe bien entre acheteurs et vendeurs. Les acheteurs ont toujours l'impression que les commerciaux ne les comprennent pas suffisamment. En fait, selon Salesforce, alors que 66 % des clients attendent des entreprises qu'elles comprennent leurs besoins spécifiques, seules 34 % d'entre elles le font réellement.⁴

Pourquoi les commerciaux ne répondent-ils toujours pas aux besoins des acheteurs ? En effet, selon Forrester, seuls 53 % des vendeurs déclarent que la technologie qu'ils utilisent améliore leur productivité et leurs résultats.⁵ En fait, trop d'entreprises ont investi dans diverses applications provenant de différents fournisseurs, fonctionnant sur des systèmes distincts et produisant leurs propres données de manière isolée, sans parvenir à relever les défis suivants, voire en y étant à l'origine :

- Le contenu (marketing, commercial ou éducatif) est trop difficile à trouver parce qu'il est dispersé dans plusieurs référentiels disparates, ce qui fait perdre du temps aux activités rémunératrices.
- Le contenu commercial et marketing prend trop de temps et est trop fastidieux à personnaliser, ce qui est nécessaire pour capter l'attention des acheteurs et offrir une expérience client optimale.
- Les rendez-vous, qui sont les interactions les plus importantes entre l'acheteur et le commercial, demandent trop de temps pour être préparés et suivis, et les vendeurs n'ont pas les compétences appropriées pour les rendre impactants et efficaces.
- Les programme d'apprentissage sont difficiles à faire évoluer, manquent de données fiables et sont généralement insuffisants : l'onboarding prend trop de temps, la formation continue est trop difficile à mettre en œuvre et les sessions de coaching ne simulent pas correctement les situations de la vie réelle.

⁴ <https://www.salesforce.com/resources/articles/customer-engagement/>

⁵ <https://www.forrester.com/blogs/the-new-digital-sales-experience-dsx-manifesto/>



La technologie d'enablement unifie les technologies

Les commerciaux B2B modernes et ceux qui les accompagnent ont besoin d'une solution unifiée dont les outils fonctionnent de manière coordonnée, partagent les données, simplifient l'expérience utilisateur et facilitent un meilleur alignement de l'équipe tout en répondant aux exigences de l'acheteur B2B moderne. Ils ont besoin d'une plateforme d'enablement. Mais elles ne sont pas toutes au même niveau.

C'est pour une raison bien précise que Seismic est le leader mondial de l'enablement

Seismic s'intègre à plus de 150 logiciels CRM, référentiels de contenu, système de messagerie, sources de données et autres logiciels, éliminant ainsi la dépendance d'une entreprise à l'égard d'applications disparates qui produisent des données déconnectées, des conflits entre les équipes et une surcharge d'outils.

Voyons comment Seismic permet aux commerciaux et à leurs collègues de relever les plus grands défis B2B d'aujourd'hui.



La recherche d'un contenu pertinent doit être **rapide et facile**

Le contenu est trop dispersé

Comme nous l'avons vu, il est impératif pour les commerciaux d'attirer l'attention des acheteurs modernes en leur proposant un contenu qui réponde à leurs propres défis, à l'endroit où ils se trouvent dans leur parcours de prise de décision, et ce sur les canaux digitaux qu'ils utilisent, notamment les emails et les réseaux sociaux. Malheureusement, c'est plus facile à dire qu'à faire, car le contenu est souvent dispersé dans différents référentiels et les fonctions de recherche sur lesquelles les commerciaux s'appuient ne sont pas toujours les plus précises. Il en résulte une expérience décousue et frustrante qui va à l'encontre de la raison pour laquelle ces outils ont été adoptés en premier lieu, et qui fait perdre du temps à des tâches plus précieuses comme la prospection, la vente et l'entretien des relations clients.

95% des décisions d'achat B2B sont directement influencées par le contenu.

Source: <https://www.prezenter.com/reports-and-guides/the-state-of-b2b-sales-2023/>

Seismic suggère des contenus pertinents en quelques secondes

Seismic centralise tous les contenus au sein d'une bibliothèque unique facile à parcourir grâce à des fonctions intuitives de recherche, de filtrage et de navigation, ainsi qu'à des aperçus pratiques de chaque document. Plus besoin d'ouvrir un fichier pour voir ce qu'il contient. En outre, plutôt que de s'appuyer simplement sur des mots-clés, Seismic s'appuie sur d'autres plateformes avec lesquelles il peut s'intégrer, comme votre CRM, en utilisant l'intelligence artificielle (IA) pour transformer les données commerciales (telles que les leads, les contacts, les opportunités et les informations sur les concurrents) en recommandations de contenu ciblées et en temps réel. En fait, Seismic s'intègre à de nombreux référentiels de contenu et plateformes de partage de fichiers, notamment Google Drive, SharePoint et Dropbox. Les métadonnées de contenu de certaines plateformes peuvent être synchronisées avec la bibliothèque Seismic, héritant même de certaines structures de dossiers, ce qui permet d'unir des systèmes cloisonnés, de réduire la nécessité de passer de l'un à l'autre aussi souvent et de faciliter la recherche de contenu à la demande.



La personnalisation du contenu doit être automatisée et se faire sans effort

La personnalisation du contenu prend trop de temps

Pouvoir trouver rapidement un contenu pertinent n'est qu'un début. Si un commercial espère capter l'attention des acheteurs, bâtir une réputation en ligne digne de confiance et convertir les prospects en clients, le contenu qu'il partage doit avoir une touche personnelle, en particulier en aval du funnel, lors des rendez-vous (nous y reviendrons plus tard). S'il s'agit de partager le bon contenu avec les bons acheteurs au bon moment, il faut également rédiger des documents tels que des emails, des offres et des présentations. Mais ces tâches sont une grande perte de temps en raison de toutes les manipulations d'outils, de documents et de copier-coller qu'elles impliquent.

Seismic fait de la personnalisation un atout

Grâce à ses puissantes fonctionnalités d'automatisation, Seismic offre aux commerciaux un moyen économique de générer en quelques instants des documents personnalisés destinés aux acheteurs, sans qu'ils aient à télécharger ou à modifier quoi que ce soit. Par exemple, ils peuvent accéder à des modèles, combiner des slides et insérer des études de cas dans des présentations sans jamais quitter PowerPoint. Ils peuvent même répondre à des questions prédéfinies dès qu'ils commencent une nouvelle présentation, en récupérant automatiquement les slides les plus appropriés de la bibliothèque centralisée de contenu de Seismic.

Les entreprises qui se distinguent dans la personnalisation des contenus qu'elles partagent génèrent

40%

de chiffre en plus que celles qui sont moins performantes dans ce domaine.

Source: <https://www.mckinsey.com/capabilities/growth-marketing-and-sales/our-insights/the-value-of-getting-personalization-right-or-wrong-is-multiplying>

Sur une année complète, les employés passent l'équivalent de cinq semaines de travail à se réorienter après avoir changé d'application.

Source: <https://hbr.org/2022/08/how-much-time-and-energy-do-we-waste-toggling-between-applications>





La conduite de rendez-vous concluants doit être fluide et reproductible.

Les commerciaux éprouvent trop de peine à gérer les rendez-vous

Qu'ils aient lieu en personne ou en visioconférence, les rendez-vous sont un élément crucial du parcours de l'acheteur, et leur déroulement conditionne la conclusion ou l'échec d'un deal. Il s'agit d'un événement décisif qui met une pression considérable sur les commerciaux.

Avant le rendez-vous, le vendeur doit s'entraîner à dérouler sa présentation, collaborer avec son équipe et rassembler un contenu dont il est sûr qu'il fera mouche ; pendant le rendez-vous, il doit présenter son contenu de manière fluide, prendre des notes, aborder les points les plus importants soulevés par l'acheteur et répondre avec précision aux questions spontanées ; enfin, après le rendez-vous, il doit faire un résumé, aborder les principales préoccupations de l'acheteur, répondre aux questions auxquelles il n'a pas été possible de répondre instantanément et partager un contenu complémentaire qui suscitera davantage l'intérêt de l'acheteur.

De plus, si le rendez-vous est un succès, il n'en est fait nul écho. Le résumé incomplet rédigé par le commercial étant la seule trace de ce qui s'est passé et de la manière dont cela s'est déroulé. Il est utile de procéder à des enregistrements, mais l'examen d'un seul d'entre eux demande beaucoup de temps, sans parler de l'examen de dizaines, de centaines, voire de milliers d'enregistrements. Mais si les managers des commerciaux, leurs pairs et leurs collègues des services enablement et marketing avaient accès à des données concrètes sur les points communs à de nombreux rendez-vous réussis, ils pourraient les exploiter pour alimenter les futurs contenus et autres programmes de formation, en reprenant les éléments de ce succès à grande échelle.

Seismic optimise la gestion des rendez-vous grâce à des informations en temps réel

Avec Seismic for Meetings, les commerciaux peuvent préparer tout le contenu utile pour un rendez-vous dans un dossier, ce qui permet de s'assurer qu'il est prêt à être diffusé d'un simple clic de souris, sans avoir à s'y prendre à la dernière minute. Grâce à l'IA, Seismic for Meetings génère également automatiquement un résumé précis de l'événement, en produisant une transcription complète et en identifiant les principaux sujets abordés, les personnes qui en ont parlé et dans quelle proportion. Tout cela permet au commercial d'être plus attentif pendant le rendez-vous et de se concentrer au maximum sur l'acheteur. De plus, le vendeur peut prendre toutes ces informations, regrouper rapidement le contenu et l'enregistrement, et les partager sans jamais quitter la plateforme.

Toutes ces données obtenues lors d'un rendez-vous sont également précieuses pour les équipes enablement et marketing, car elles leur permettent de comprendre quelles initiatives sont réellement efficaces et d'affiner leurs stratégies. En suivant le contenu, les mots clés, les sujets et les questions, l'équipe enablement peut voir si les commerciaux assimilent vraiment les messages clés, le positionnement et les détails techniques qu'ils ont besoin de connaître. Ils peuvent même voir lesquels parlent trop ou pas assez et préparer des sessions de coaching personnalisées pour améliorer leurs performances. De la même manière, les responsables marketing peuvent voir quel contenu (y compris le détail des slides) suscite de l'intérêt auprès des acheteurs, combien de commerciaux l'utilisent, qui sont ces derniers et combien d'entre eux sont performants.



La formation continue des commerciaux doit être modulable et individualisée

Les programmes d'apprentissage sont dépassés

Pour que les nouveaux commerciaux atteignent leurs objectifs, ils doivent être en mesure de communiquer efficacement la proposition de valeur de l'entreprise. Plus ils mettront de temps à le faire, moins ils réaliseront de ventes et plus il faudra investir pour les faire monter en puissance. De plus, les vendeurs, qu'ils soient nouveaux ou expérimentés, ont besoin d'une formation continue. Ils doivent non seulement s'informer sur les lancements et les mises à jour de nouveaux produits, sur les messages et les positionnements les plus récents, sur les dernières techniques de vente, sur les évolutions récentes du secteur et sur les nouveaux contenus commerciaux, mais ils doivent également affiner leurs interactions digitales avec les clients. Ils ont donc besoin de moyens facilement compréhensibles et mémorisables pour intégrer de nouvelles informations auxquelles ils peuvent se référer dès qu'ils en ont besoin, et il faut leur offrir des occasions de pratiquer et d'améliorer leurs savoir-être en simulant la vie réelle.

De plus, comme pour toute autre fonction centrale dans l'entreprise, l'apprentissage doit être évalué en comparant les indicateurs actuels aux précédents, afin de démontrer l'impact des programmes d'onboarding, de formation et de coaching sur des commerciaux spécifiques et sur l'ensemble de l'entreprise. Cependant, l'amélioration des méthodes d'apprentissage et la saisie des données d'apprentissage pour des centaines ou des milliers de vendeurs restent un défi majeur, en particulier parce que les entreprises continuent de s'appuyer sur un mélange hétéroclite de logiciels RH, de systèmes complexes de gestion de l'apprentissage, d'outils pour réaliser des enquêtes et d'e-mails.

48%

des commerciaux affirment ne pas recevoir de coaching adéquat, alors que 82 % de leurs responsables affirment le leur fournir.

Source: <https://gtmnow.com/coaching-for-sales-success/>





Seismic offre une formation à la demande dont on peut extraire les données pour en prouver l'efficacité

Seismic Learning, une solution d'apprentissage dédiée au sein de la plateforme globale Seismic, facilite la création, l'édition et la diffusion de formations dont le format est adapté aux dispositifs nomades et que les commerciaux peuvent suivre sur leur ordinateur, leur tablette ou leur téléphone. Les modules sont riches en médias, avec des images, des vidéos, des modules pratiques et des quiz, et peuvent être bâtis en quelques clics. Seismic Learning peut également simuler les interactions réelles avec les acheteurs par le biais de rendez-vous d'entraînement, qui s'appuient sur l'analyse des sentiments pilotée par l'IA pour mesurer la clarté, la confiance et la crédibilité d'un commercial lorsqu'il déroule son argumentaire ou une présentation fictive. Par exemple, le système reconnaît automatiquement l'utilisation (ou la non-utilisation) par un vendeur de certains mots de remplissage, ce qui est pris en compte dans son évaluation et dans le feedback qui lui est fait.

Les commerciaux sont beaucoup plus susceptibles de retenir une formation si le contenu est cohérent avec les scénarios réels et contient des exercices intégrés pour les aider à mettre en pratique ce qu'ils ont appris.

En utilisant ces données et d'autres, telles que celles sur l'avancée dans les modules de formation, sur la performance au niveau des quiz et sur l'amélioration des compétences, Seismic Learning peut générer des parcours d'apprentissage personnalisés, permettant d'accompagner rapidement chaque commercial pour qu'il ait plus de réussite. De plus, les résultats individuels sont agrégés, ce qui permet d'identifier les points forts et les domaines à améliorer dans l'ensemble de l'entreprise, de sorte que les programmes d'apprentissage peuvent être ajustés en fonction des besoins. Ces données agrégées permettent également de réutiliser les feedbacks qui s'appliquent à plusieurs vendeurs à la fois, éliminant ainsi des heures de saisie redondante pour les managers.

En ce qui concerne les rendez-vous, qui sont les points de contact les plus importants entre les vendeurs et les acheteurs, les données apportées par l'IA de Seismic for Meetings évoquées ci-dessus font apparaître des schémas qui montrent pourquoi certains commerciaux réussissent mieux que d'autres dans ces scénarios. Ces informations peuvent ensuite être incorporées dans les programmes d'onboarding, de formation et de coaching qui sont intégrés à Seismic Learning.

Source: <https://www.linkedin.com/pulse/reasons-poor-employee-learning-retention-how-can-improve-kapadia/>



Seismic a été conçu pour vous aider à maîtriser les ventes B2B

Le succès d'un commercial dans le monde du B2B dépend de sa capacité à établir sa crédibilité, à nouer des relations avec les prospects et à entretenir des relations avec les clients, en particulier sur les canaux digitaux. Mais pour y parvenir, ils doivent agir rapidement, en maximisant la petite ouverture dont ils disposent avec les acheteurs modernes qui repoussent le plus longtemps possible la prise de contact avec les vendeurs parce qu'ils sont plus informés et plus avisés que jamais.

Il ne suffit pas d'avoir un contenu pertinent, les commerciaux doivent pouvoir le trouver au moment où ils en ont besoin. Il ne suffit pas que les vendeurs personnalisent le contenu ; ils doivent le faire rapidement et avec précision. Et il ne suffit pas de s'appuyer sur les méthodes traditionnelles d'apprentissage lorsque les vendeurs ont besoin de se former et d'affiner leurs compétences en temps réel, en particulier avant

de rencontrer un acheteur. En effet, il s'agit d'un point de contact décisif qui, pour la plupart des vendeurs, pourrait toujours se dérouler plus facilement et qui, trop souvent, cache une abondance d'informations qui, si elles étaient exploitées, pourraient rendre chaque commercial plus performant et chaque stratégie plus forte.

Avec Seismic tout cela devient possible.

Contactez notre équipe pour un premier aperçu.



A propos de Seismic

Seismic est le leader mondial de l'enablement, aidant les entreprises à interagir avec les clients, à former les équipes et à doper la croissance du chiffre d'affaires. Seismic Enablement Cloud™ est la plateforme d'enablement la plus puissante et la plus unifiée. Elle dote les équipes en charge de la relation client des compétences, du contenu, des outils et des connaissances nécessaires pour se développer et réussir. Des plus grandes entreprises du monde aux startups en passant par les PME, plus de 2 000 entreprises dans le monde font confiance à Seismic pour leurs besoins en enablement. Seismic a son siège social à San Diego et possède des bureaux en Amérique du Nord, en Europe et en Australie.

Pour en savoir plus, consultez [Seismic.com/fr](https://www.seismic.com/fr) et suivez-nous sur [LinkedIn](#), [X \(anciennement Twitter\)](#) et [Instagram](#).