

GUIDE

Gestion du contenu commercial

La centralisation de votre contenu commercial permet aux vendeurs de trouver et de partager facilement du contenu pertinent avec les acheteurs potentiels. Voici comment la gestion du contenu commercial aide les entreprises dans cette tâche et bien plus encore.



Sommaire

L'importance de la gestion du contenu commercial	4
Les avantages de la gestion de contenu	5
Qu'est-ce qu'un système de gestion du contenu commercial ?	6
Comment utiliser les outils de gestion du contenu commercial	7
Les caractéristiques et fonctionnalités à rechercher	8
Gérez le contenu commercial avec Seismic	9





Résumé

Votre entreprise a probablement un certain nombre d'éléments de contenu qui ont été créés pour vos commerciaux afin qu'ils les utilisent tout au long du processus de vente. Mais, est-il facile pour eux de les trouver, de les personnaliser et de les partager ? Ou passent-ils d'innombrables heures chaque jour à chercher le bon contenu ? Les entreprises et les commerciaux ont besoin d'une bibliothèque de contenu unique et bien organisée pour réussir dans leurs métiers, et c'est là qu'un outil de gestion du contenu commercial trouve sa place.

Passer au crible les présentations commerciales, mettre à jour les anciennes brochures, et identifier le livre blanc le plus pertinent peut prendre beaucoup de temps pour les vendeurs. En fait, [des études récentes](#) montrent qu'un commercial passe en moyenne 440 heures chaque année à essayer de trouver le bon contenu de sales enablement à partager avec ses prospects et clients. Cette recherche continue du meilleur contenu a un impact sur sa productivité et l'expose au risque de ne pas faire avancer, voire de perdre, une affaire importante.

Le contenu commercial est si important que les entreprises doivent avoir mis en place un processus bien pensé pour le gérer. La gestion du contenu commercial est le processus de création, d'organisation, de stockage et de partage de contenu dans un espace central. Cela garantit que les commerciaux peuvent facilement trouver, personnaliser et partager du contenu pertinent avec les acheteurs au bon moment.



L'importance de la gestion du contenu commercial

Les commerciaux travaillent dans un environnement de vente toujours plus concurrentiel et en constante évolution. En raison de la transition vers un mode de travail à distance et hybride, ainsi que des changements dans les préférences des acheteurs, les équipes go to market (GTM) doivent adopter la [vente virtuelle](#) pour trouver de nouvelles façons de communiquer avec les acheteurs et de créer des relations fortes.

Les acheteurs font également des recherches sur les produits et services, comparent les concurrents et consultent les commentaires clients avant de parler à un commercial. Ainsi, quand ils interagissent finalement avec votre force de vente, ils s'attendent à recevoir des informations utiles qui répondent à leurs questions spécifiques. La capacité pour les vendeurs de répondre aux besoins d'un acheteur et de livrer du contenu commercial et marketing pertinent au bon moment est l'une des meilleures façons de les tenir informés et d'avancer dans le cycle de vente.



Les avantages de la gestion de contenu

La création d'un référentiel unique pour vos éléments de sales enablement est **extrêmement précieuse**. Non seulement ce référentiel aidera les commerciaux à mieux réussir dans leurs métiers, mais il peut également :

Améliorer la productivité

Les commerciaux consacrent actuellement près de 70 % de leur temps à des activités non liées à la vente, ce qui comprend la recherche de contenu. Mais lorsqu'ils savent où trouver les bons supports de vente, ils passent moins de temps à chercher et plus de temps à se concentrer à leur priorité absolue : **la vente**.

Promouvoir l'exactitude des messages et l'utilisation du contenu

En moyenne, 65 % du contenu créé par le marketing n'est jamais utilisé par les commerciaux. Au lieu de cela, ils passent du temps à créer leur propre contenu, ce qui augmente le risque de fournir des informations erronées ou des messages incohérents. La gestion du contenu commercial augmente la probabilité que le contenu produit et approuvé par le marketing soit vu et utilisé par les vendeurs.

Optimiser et accélérer le processus de vente

En donnant aux commerciaux l'accès à du contenu pertinent qui peut également être personnalisé, ils peuvent plus facilement offrir aux prospects un contenu intéressant et utile. Cela peut accélérer les cycles de vente et faire avancer les prospects beaucoup plus rapidement dans le processus d'achat.



LE SAVIEZ-VOUS?

Un commercial passe

440

heures par an à chercher du contenu commercial à partager avec ses prospects et clients?

Qu'est-ce qu'un système de gestion du contenu commercial ?

Afin de créer un processus de gestion de contenu efficace, de nombreuses entreprises se tournent vers les systèmes de gestion de contenu (CMS ou Content Management System). Un CMS est un logiciel qui stocke le contenu commercial et marketing dans un seul endroit. Cela permet aux équipes GTM de rechercher et de trouver le bon support dans l'application de sales enablement. Les meilleurs CMS font aussi plus que stocker du contenu ; ils automatisent également les processus, offrent aux commerciaux une flexibilité de personnalisation et recommandent d'autres éléments de contenu pertinent. Cette fonctionnalité aide les vendeurs à fournir rapidement les informations les plus pertinentes aux acheteurs et à faire avancer les affaires.



Comment utiliser les outils de gestion du contenu commercial

Les systèmes de gestion de contenu commercial sont un excellent moyen de simplifier le processus de vente et de créer un workflow simplifié pour votre force de vente. Voici quelques autres façons pour les organisations GTM d'utiliser ce type d'outil de sales enablement.

Interagir avec les acheteurs avant et après les rendez-vous

Dans le monde de la vente virtuelle, chaque moment que les commerciaux passent avec un acheteur compte. Ils peuvent facilement accéder à du contenu pertinent et le partager avant et après les rendez-vous afin de pouvoir prendre le temps de poser des questions et d'établir des relations fortes.

Les acheteurs peuvent consulter et partager ce contenu avec d'autres intervenants autant qu'ils le souhaitent.

Garantir la conformité

Les systèmes de gestion de contenu garantissent également que le contenu envoyé par les commerciaux est à jour, conforme à l'image de marque et aux réglementations du secteur ou de l'entreprise. Les CMS donnent aux vendeurs autant ou aussi peu de flexibilité pour la personnalisation du contenu que les responsables commerciaux veulent bien leur donner. Les équipes peuvent également utiliser ce logiciel de sales enablement pour l'approbation du contenu avant qu'il soit partagé avec des publics internes et externes.

Suivre l'utilisation et l'interaction avec le contenu

Les équipes marketing consacrent beaucoup de temps et de ressources à la création de supports de vente de grande valeur, mais, souvent, elles ne savent pas si ou comment ce contenu est utilisé. Les CMS sont une excellente ressource pour connaître le contenu que les commerciaux recherchent et partagent. Ils fournissent également aux vendeurs des données sur la façon dont les acheteurs interagissent avec les supports. Ces informations sont précieuses pour les entreprises qui planifient et élaborent leur stratégie de contenu de sales enablement au fil du temps.

EN SAVOIR PLUS

Le contenu de vente réinventé [Explorez l'ebook](#)

Les caractéristiques et fonctionnalités à rechercher

Si votre entreprise est prête à implémenter ou à mettre à jour votre système de gestion de contenu commercial, il y a un certain nombre de choses à considérer avant de procéder à un achat. Le meilleur logiciel de sales enablement pour votre équipe doit résoudre les défis auxquels vos vendeurs font face tout en optimisant le processus de vente. Voici quelques caractéristiques que nous vous recommandons de prendre en compte.

- **Types de fichiers pris en charge** : votre contenu commercial et marketing est probablement composé de formes de fichiers diverses de type PDF, présentations PowerPoint, documents Word, vidéos et plus encore. Assurez-vous que le CMS que vous utilisez prend en charge tous les types de fichiers utilisés dans votre entreprise.
- **Autorisations et contrôles** : certains CMS permettent également aux dirigeants et aux administrateurs de définir des autorisations spécifiques pour la personnalisation du contenu. Si votre entreprise fait partie d'un secteur hautement réglementé ou veut s'assurer que le contenu demeure conforme à son image de marque, cherchez un outil où vous pouvez mettre à jour les paramètres qui vous donnent autant de souplesse que nécessaire pour l'édition.
- **Accessibilité** : le passage à la vente virtuelle signifie également que les équipes travaillent plus souvent hors du bureau et qu'elles utilisent plus d'appareils portables. Recherchez un CMS qui donne aux commerciaux un accès facile à partir des ordinateurs et de tout type d'appareils portables.
- **Intégrations** : votre CMS n'est probablement qu'une partie d'une stratégie de sales enablement beaucoup plus vaste. Assurez-vous que l'outil que vous sélectionnez s'intègre aux autres logiciels commerciaux pour assurer un workflow fluide à vos équipes GTM. Ou recherchez une [plateforme unifiée](#) qui comprend tous les outils que votre équipe doit utiliser au quotidien.
- **Analyses et rapports** : il est essentiel d'analyser l'impact de votre contenu sur les ventes et le chiffre d'affaires généré. Assurez-vous que votre CMS offre de solides capacités de production de données et de rapports afin que vous puissiez suivre l'utilisation du contenu par les vendeurs, le type de contenu qui intéresse le plus les acheteurs et la performance du contenu tout au long du processus de vente.

Gérez le contenu commercial avec Seismic

Votre entreprise est-elle prête à améliorer son [processus de gestion du contenu commercial](#) ? Le logiciel de sales enablement phare de Seismic dispose du CMS dont vous avez besoin pour créer, stocker, mettre à jour et partager facilement du contenu. Il offre aux vendeurs le bon contenu dont ils ont besoin pour chaque interaction, ce qui leur laisse plus de temps pour vendre et augmente leurs taux de réussite globaux. Découvrez comment [un de nos clients](#) a amélioré de 35 % sa probabilité de conclusion d'une transaction en diffusant du contenu avec Seismic. Vous pouvez également [demander une démo](#) pour en savoir plus sur les outils de sales enablement et de gestion de contenu de Seismic.



A propos de Seismic

Seismic est le leader mondial de l'enablement, aidant les organisations 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, veuillez consulter Seismic.com/fr, et nous suivre sur [LinkedIn](#), [Twitter](#) et [Instagram](#).

Consultez notre site internet →

