

#MaddyHelp : Petit guide pratique du CRM à l'usage des entrepreneurs

Salesforce, acteur majeur du CRM, vient de publier son « Guide de l'entrepreneur pour trouver le bon CRM ». Au menu : 16 pages de conseils et de définitions pour maîtriser l'art de la relation client et découvrir les outils qui permettent d'optimiser cette dernière. Nous en avons tiré quelques enseignements.

Temps de lecture : minute

29 septembre 2016

Le CRM késako ? Ces trois petites lettres, derrière lesquelles se cache le " Customer Relationship Management " (ou gestion de la relation client) permet à n'importe quelle entreprise de développer son activité en rationalisant les processus, en accédant à une meilleure connaissance clients et surtout, en connectant tous ses collaborateurs à cette même connaissance. Une solution CRM complète de mieux vendre et de vendre plus, d'augmenter la satisfaction des clients, de mieux fidéliser et d'être plus compétitif face à la concurrence

Pourquoi utiliser une solution CRM ?

1. Un processus commercial optimisé

Idéal pour gérer et stocker les leads, automatiser les processus de contact de prospects, les opportunités et bien plus, une solution CRM permet d'accélérer et de rationaliser le processus commercial afin de gagner en efficacité et en rapidité. Chaque collaborateur peut suivre l'activité de l'entreprise, l'évolution de chaque opportunité commerciale,

que ce soit pour les prospects ou pour les clients. Doctolib, par exemple, s'est doté de la solution de Salesforce pour élargir son cercle de médecins et atteindre son objectif de référencer 20 000 praticiens d'ici 2016. Tout comme la startup Augment, implantée à Paris, New York et Orlando, qui utilise les outils de Salesforce qui lui permettent de centraliser les plus de " 50 000 leads par mois " qui auparavant arrivaient " sur des supports différents ", et qui rendaient ainsi le suivi client plus que difficile.

2. Une connaissance client centralisée

Avec le CRM dans le cloud, un seul emplacement central permet de mieux gérer les informations clients. Il devient ainsi plus facile de consulter les coordonnées d'un client, mais aussi son historique d'achat ainsi que les différents échanges qu'il a pu avoir avec le service client. Ce même emplacement permet ainsi d'envoyer un e-mail, ou un post de suivi, de gérer ses tâches et de suivre les performances commerciales de l'équipe. Depuis 2015, Leetchi s'est ainsi doté d'un outil CRM pour la gestion des clients et prospects de Mangopay et de ses partenaires. " Avec Sales Cloud, toutes les informations sont accessibles à tous, à tout moment. C'est essentiel pour une petite structure comme la nôtre. Chacun peut trouver l'information seul et apporter une réponse immédiate à un client ", témoigne Pierre Lion, vice-président sales de la jeune pousse.

3. Une archive de l'activité

Les outils CRM constituent en outre une archive de la relation continue de l'activité avec ses contacts, qu'ils soient clients, prospects ou partenaires. Chaque personne de l'entreprise ayant accès à ces archives peut communiquer avec les clients sans qu'aucune information ne lui manque. Chaque étape de la relation, du prospect au client, est conservée dans cette base de données accessible à tous. Notes, journaux d'appel, conversations concernant un contrat et devis, tickets de service client etc. tout y est consigné pour un suivi de l'activité optimal.

Comment les petites entreprises peuvent-elles mettre en place leur CRM ?

Plus l'activité d'une entreprise se complexifie en revanche, plus celle-ci a besoin d'outils performants et adaptés. " *Avec la bonne technologie, une entreprise en pleine croissance peut passer d'un acteur de niche dans un secteur à une menace sérieuse pour des grandes entreprises établies. Structurer, appuyer et apporter à votre nouvelle entreprise une solution CRM peut lui permettre de tirer parti de la puissance commerciale auparavant réservée aux grandes entreprises* ", précise le guide.

Attention toutefois, une bonne solution CRM doit être davantage qu'une solution commerciale : elle doit être construite sur une plateforme évolutive ouverte, facilement personnalisable et posséder une hiérarchie d'informations qui met au premier plan ce qui est important pour son entreprise.

Autre conseil de Salesforce : votre CRM doit être résolument mobile. Les équipes commerciales sont aujourd'hui davantage en déplacement, la technologie CRM utilisée doit donc s'intégrer aux processus existants des équipes commerciales. Application mobile, tablette ou encore smartwatch, les systèmes CRM doivent pouvoir fonctionner sur n'importe quel appareil et offrir des rapports et tableaux de bord personnalisables et visuellement attrayants qui permettent d'optimiser ses performances en temps réel.

Envie d'en savoir plus sur le CRM ? Téléchargez le [guide Salesforce !](#)

Maddyness, partenaire média de Salesforce

