

Les Sales Ops, élément clé pour structurer sa stratégie commerciale

Dans la valse des métiers qui fleurissent chez les startups, vous avez peut-être aperçu celui de Sales Ops. Son objectif : structurer les équipes commerciales pour leur permettre de se concentrer sur leur mission, vendre. Benjamin Boileux, Operations Director chez Yousign, revient sur ce métier, sa place dans l'entreprise et son avenir.

Temps de lecture : minute

7 décembre 2021

Lorsqu'on lance son entreprise, on fait souvent avec les moyens du bord, en tâtonnant un peu. À 3 ou 4, les méthodes fonctionnent mais lorsque les équipes grossissent, on se rend parfois compte de la lourdeur de certains process. C'est là que les Sales Ops entrent en scène.

La mission d'un Sales Ops est *"de venir soutenir et accompagner les équipes commerciales pour les aider à mieux vendre leur produit. Ils sont là pour optimiser les outils, les process, mettre en place les bons indicateurs et un bon dashboard"* , débute Benjamin Boileux.

Au quotidien, ils doivent se concentrer sur deux missions principales : bien comprendre la stratégie de l'entreprise car elle va permettre d'identifier les projets à prioriser et passer du temps avec les commerciaux pour comprendre leur manière de fonctionner, les process existants mais aussi leurs problématiques. *"Si on se rend compte qu'un commercial a besoin de deux mails pour faire telle action, nous allons chercher une solution pour qu'il n'en ait plus qu'un à envoyer afin de fluidifier son parcours"* , cite comme exemple l'Operations Director de Yousign.

C'est un métier à la croisée de la technique et de l'humain. Une bonne stratégie Sales Ops se traduit, par exemple, par la mise en place d'un très bon CRM. *"C'est le socle de beaucoup de choses que l'on va mettre en place. Il doit être simple d'utilisation pour les commerciaux. L'autre point important est d'avoir une stratégie claire sur le cycle de vie du client - de la qualification du prospect à sa conversion"* .



À lire aussi

Faire face à un pic d'activité : la réponse de Yousign à la crise

On trouve souvent les métiers de Sales Ops dans les startups en hypercroissance ou les scaleups. Pourtant, il ne faut pas attendre pour se munir d'un tel profil. *"C'est un poste qui arrive souvent un peu tard dans les entreprises mais c'est essentiel qu'il arrive le plus tôt possible dans la société car une fois que l'architecture est mise en place, c'est beaucoup plus compliqué de détricoter la pelote de laine"* , souligne Benjamin Boileux.

Une fois la décision prise, la difficulté touche au recrutement de la personne idéale pour ce poste car il n'existe pas de formation particulière. *"Il faut une vraie appétence pour le business, c'est-à-dire avoir une bonne compréhension des enjeux et de la stratégie de l'entreprise et avoir la tête bien faite. On est chargé de résoudre des problèmes toute la journée. C'est un peu un mouton à 5 pattes qu'il faut trouver"* . Les parcours et les profils peuvent donc être très divers, tout est une question de vision et de motivation. Benjamin Boileux a un diplôme d'ingénieur en systèmes d'information et a travaillé dans le monde du CRM lors de ses expériences passées.

Ecouter l'interview de Benjamin Boileux (Yousign) par Anne Taffin, journaliste chez Maddyness.

<https://www.maddyness.com/app/uploads/2021/12/VDEF-Yousign.mp3>

Un métier en pleine évolution

Le métier de Sales Ops évolue rapidement. En tant qu'Operation Director, Benjamin Boileux gère une équipe de Sales Ops et parle plutôt du métier de Business Ops. *"Le métier d'Ops a*

commencé en se focalisant sur les commerciaux et dérive maintenant sur le marketing, la finance. Notre rôle est de venir chapeauter et généraliser cette vision commerciale à toutes les autres équipes métier, développe t-il. Chez Yousign, nous vendons un logiciel SaaS B2B, il faut comprendre tout ce qui se passe à chaque étape de la relation client : au niveau de la communication, des équipes de marketing, du produit...et faire en sorte de fluidifier les process dans tous les pôles" .

Si les équipes opérationnelles peuvent opérer dans tous les métiers de la société, c'est parce qu'elles ne sont rattachées à aucune sous-direction, ni le marketing ni le commercial. "Je suis sous le CEO" , explique Benjamin Boileux qui insiste sur l'importance d'accorder à cette équipe une place centrale et une parfaite indépendance. "Chaque équipe est focalisée sur son métier et son fonctionnement et ne connaît pas celui des autres équipes. L'opérationnel lui, va avoir une vision globale du cycle de projet du client et doit avoir une vraie indépendance pour ne pas prioriser certains chantiers" . En évoluant ainsi, le métier de Sales Ops appelle aussi la prise en compte de nouvelles appétences - pour le marketing, la finance, etc - lors des recrutements.

"J'ai le sentiment que ce métier va évoluer et devenir encore plus central. Je remarque une croissance des postes de Product Operation. Peut-être que demain, les Sales Ops iront vers plus de produits" afin d'avoir un champ d'opération encore plus transversal.

Maddyness, partenaire média de Salesforce

A promotional banner for the Maddytips newsletter. The background is dark blue with a grid pattern and a yellow and blue abstract shape on the left. The text is white and yellow. The main headline reads "Dopez votre croissance avec la newsletter **Maddytips**". Below it, the content is described as "Des articles de conseils pratiques, des retours d'expérience, des interviews vidéo et audio d'entrepreneur·euse·s et d'expert·e·s".

Dopez votre croissance
avec la newsletter **Maddytips**

Des articles de conseils pratiques, des retours
d'expérience, des interviews vidéo et audio
d'entrepreneur·euse·s et d'expert·e·s

[Recevoir la Maddytips](#)

Article écrit par Maddyness avec Salesforce

