

Cockpit, ou comment intégrer une "Sales Academy" personnalisée dans chaque entreprise

Avec sa solution tout-en-un pour les équipes commerciales, Cockpit (ex-Alto) combine coaching et formation pour maximiser l'efficacité et l'apprentissage des commerciaux, en réduisant les coûts d'outillage.

Temps de lecture : minute

15 mars 2024

Partant du constat que 70% des acquis sont tout simplement oubliés dans les 24 heures qui suivent une formation, et que, suite à celle-ci, les commerciaux oublient en moyenne la moitié de ce qu'ils ont appris en moins de cinq semaines, Romain Eliard et Guillaume Lancrenon ont décidé de fonder Cockpit (ex-Alto). La startup veut révolutionner l'apprentissage en entreprise par une solution tout-en-un : TrainX pour le volet théorique de la formation et RecordX pour la pratique. La plateforme offre une Sales Academy intégrée et personnalisée à chaque entreprise, sans cumuler différents abonnements.

« Alto existe depuis plus d'un an. Jusqu'à notre rebranding, nous avons principalement construit le projet, itéré avec nos premiers clients bêta-testeurs », affirme Romain Eliard, CEO de Cockpit. « Le constat de base est simple : les équipes sales ont besoin de coaching et d'entraînement, et ces axes d'améliorations servent les revenus de l'entreprise. Sauf que les sociétés voient leurs coûts d'outillages se superposer, et ont besoin de rationaliser les budgets, d'où notre volonté d'offrir une solution tout-en-un

! »

Mêler théorie et pratique pour transformer les équipes de vente

Lancée il y a un an, Cockpit propose un SaaS BtoB pour s'attaquer à la problématique des difficultés d'assimilation et de rétention des connaissances clefs par les équipes commerciales. En effet, peu d'outils sur le marché permettent aux équipes de s'entraîner et se challenger sur leur maîtrise des compétences au sein de l'entreprise (process, outil, marché, service, produit...). Il réside donc une réelle difficulté d'évaluer la maîtrise des connaissances au sein d'une entreprise, notamment au sein des équipes Business (Sales, CSM, Support...).

A ce titre, la solution TrainX de Cockpit veut révolutionner l'apprentissage en entreprise avec un système de formation et d'évaluation qui affine la connaissance des commerciaux sur le terrain. L'objectif est de former, mais également de challenger les connaissances que les équipes sont censées maîtriser au quotidien. Des compétitions entre collaborateurs et des récompenses peuvent être prévues.

Cet outil interactif fournit des analyses précieuses aux managers, grâce aux données qui leur seront fournies. Des programmes de formation pourront alors être générés en quelques secondes grâce à l'IA.

L'ambition d'améliorer la conversion client de 30%

« Alto, avec TrainX, se concentrait exclusivement sur l'entraînement et l'évaluation des connaissances, adoptant ainsi un prisme théorique.

RecordX, quant à lui, met l'accent sur le prisme pratique en aidant les commerciaux à améliorer leurs compétences métier », précise le CEO de

Cockpit. *« Désormais, la fusion des deux crée un outil unique capable d'héberger une 'Sales Academy' intégrale. D'où le rebranding : il était nécessaire d'opter pour un nom évocateur, qui reflète notre proposition de valeur. Nous touchons à plusieurs fonctionnalités et 'Cockpit' fait écho à toute la sémantique aéronautique. Dans un cockpit, tous les instruments du tableau de bord sont à disposition pour piloter la relation client. »*

De plus, la fonctionnalité RecordX, dévoilée en ce début d'année, est un outil d'enregistrement de communication client, de capture et d'analyse des interactions avec les clients. La plateforme permet aux équipes de monter plus rapidement et efficacement en compétences en s'imprégnant des meilleures pratiques observées directement sur le terrain. En intégrant ces solutions, la jeune pousse veut diviser par 2 les délais d'onboarding, améliorer la conversation client de 30% et augmenter le panier moyen de 20%.

Ces solutions peuvent être déployées en 48h grâce à une IA générant les quiz. L'intégration au CRM et aux outils de l'entreprise ne prend, quant à elle, que quelques minutes. Enfin, le coût de la solution dépend de différents facteurs (nombre d'utilisateurs, engagement, produits utilisés...). L'entreprise prévoit également d'introduire une troisième fonctionnalité dans les 18 mois à venir, actuellement en phase de test.

« Nos concurrents sont des pure players pour chacune de ces fonctionnalités. Nous envisageons le lancement d'une troisième fonctionnalité d'ici 18 mois, qui est déjà en cours de conception et de test. Les entreprises veulent augmenter leur chiffre d'affaires et leurs revenus », conclut Romain Eliard, CEO de Cockpit. « Or, les équipes commerciales sont les plus à même de les amplifier. L'augmentation des performances est alors essentielle et repose sur deux piliers : la maîtrise des fondamentaux théoriques et des compétences métier. Avec la digitalisation, nous assistons à l'essor des outils de productivité, qui ont

un impact significatif sur les performances et l'épanouissement au travail, et cela va au-delà de la simple phase d'intégration : cela incite les employés à rester plus longtemps au sein de l'entreprise. »



À lire aussi

Comment réussir sa levée de fonds ? Cinq conseils pour votre startup



MADDYNEWS

La newsletter qu'il vous faut pour ne rien rater de l'actualité des startups françaises !

JE M'INSCRIS

Article écrit par Guillaume Cossu