

# Repenser la stratégie commerciale

Comment les équipes commerciales utilisent Slack pour augmenter leur chiffre d'affaires



# Table des matières

<b>Introduction : Trouver la bonne formule</b>	<b>3</b>
<b>1. Se libérer des horaires de bureau traditionnels</b>	<b>5</b>
<b>2. Se concentrer sur la culture et la coordination d'entreprise</b>	<b>14</b>
<b>3. S'adapter au marché en standardisant l'expérience client</b>	<b>18</b>
<b>4. Repenser les partenariats et les écosystèmes d'entreprise</b>	<b>24</b>
<b>5. Accélérer et automatiser le travail pour réussir</b>	<b>27</b>
<b>6. Prioriser le numérique pour transformer la vente</b>	<b>34</b>
<b>Nous sommes là pour vous aider à déployer de nouvelles méthodes de travail</b>	<b>36</b>

# Trouver la bonne formule

 17

## Trouver la bonne formule

L'année 2020 a connu de nombreux bouleversements, qui vont changer nos méthodes de travail à long terme. Pour chaque entreprise, ces événements sont l'occasion de repenser l'organisation du travail, en combinant les meilleurs aspects du présentiel et du distanciel.

Pour les responsables commerciaux, cela implique de trouver de nouvelles manières de travailler dans un environnement hybride : nouvelles méthodes pour entrer en contact avec les clients, forger des relations avec eux, garantir la fidélité et la confiance des prospects, générer des opportunités, informer des acheteurs potentiels, négocier, encourager des équipes commerciales, mobiliser l'assistance comptable et atteindre les objectifs. Le tout dans un monde où davantage d'actifs, aussi bien en interne que côté client, travaillent à domicile.

## Les cinq impératifs du travail aujourd'hui

Afin de mieux appréhender le nouveau monde du travail, nous avons discuté avec de nombreux dirigeants et responsables commerciaux de tous les secteurs et de tous les pays, pour recueillir leurs points de vue. Cinq impératifs majeurs en ressortent (que nous explorons dans notre e-book « [Repenser le travail de demain](#) ») et s'appliquent pratiquement à toutes les entreprises.

1. Se libérer des horaires de bureau traditionnels
2. Se concentrer sur la culture et la coordination d'entreprise
3. S'adapter au marché en standardisant l'expérience client
4. Repenser les partenariats et les écosystèmes d'entreprise
5. Accélérer et automatiser le travail pour réussir

Dans ce guide, nous analysons comment les responsables commerciaux prennent en compte ces impératifs, et comment les entreprises commerciales de certaines des entreprises les plus rentables s'adaptent au nouveau monde du travail grâce à Slack.



1.

**Se libérer des  
horaires de bureau  
traditionnels**



11

## Se libérer des horaires de bureau traditionnels

Le secteur commercial, et tout particulièrement le B2B, était déjà en pleine transformation avant le début du télétravail. Les modes d'achat avaient évolué. Les clients faisaient leurs propres recherches avant d'acheter, et impliquaient davantage de personnes dans la décision finale d'achat.

Les entreprises commerciales les plus avisées ont réagi en passant de la vente individuelle à la vente en équipe. Les commerciaux ne gèrent plus les opportunités commerciales tout seuls : ils forment dorénavant des équipes transverses pour développer des offres sur mesure, répondre aux questions des prospects et fournir des conseils fiables. Et cela fonctionne.



**La vente en équipe augmente jusqu'à 258 %  
les chances de gagner un contrat.**

**Gong.io**

Dorénavant, les responsables commerciaux doivent réinventer leur approche commerciale en équipe pour l'adapter à l'ère du travail hybride et adopter un mode de collaboration synchrone et asynchrone. Ils ont besoin d'un moyen de réunir virtuellement les représentants en télétravail et les experts afin qu'ils puissent s'organiser autour d'opportunités de vente et conclure rapidement des contrats. Les horaires de travail étant de plus en plus flexibles, ce moyen doit rester efficace même si tout le monde n'est pas disponible en même temps.

## L'émergence des « espaces de vente numériques »

Le télétravail ainsi que les horaires flexibles ont introduit la notion d'« espace de vente numérique », où les représentants, responsables, experts pluridisciplinaires et référents de projet peuvent se réunir pour négocier des contrats plus vite. Pour quelques-unes des entreprises commerciales les plus efficaces, cet espace de vente numérique est Slack.



**En moyenne, une équipe commerciale qui utilise Slack constate un cycle général de vente 13 % plus rapide.**

**IDC**

Selon une enquête d'IDC, les équipes commerciales qui utilisent Slack ont 5 % de chances supplémentaires de gagner un contrat par rapport aux autres. Slack dispose en effet de fonctionnalités uniques qui correspondent à la manière d'opérer des équipes commerciales les plus efficaces :

**Collaboration par canaux** : dans un monde dominé par les e-mails, les équipes commerciales n'ont pas de moyen efficace d'intégrer les bonnes personnes au bon moment lors d'une négociation. Obtenir une signature de contrat de la part du service juridique ou une autorisation de remise par le service financier peut prendre des heures, voire des jours, ce qui affaiblit la crédibilité auprès du client et ralentit les cycles de vente. Dans Slack, vous pouvez créer des canaux pour chaque prospect, dans lesquels les équipes commerciales collaborent avec leurs collègues à travers toute l'entreprise pour mettre au point une offre concluante, répondre aux questions du prospect et finaliser une vente.

**« Je repense aux opportunités à côté desquelles nous sommes peut-être passés avant Slack, car nos équipes ne pouvaient pas communiquer entre elles. »**

**Samantha Lutz**

## Se libérer des horaires de bureau traditionnels

**Contexte instantané :** chaque canal conserve un enregistrement des échanges précédents et des documents importants liés aux activités du canal. Ainsi, les agents peuvent se mettre à jour rapidement sur ce qui a déjà été réalisé et discuté, ce qui permet donc aux équipes à distance de travailler de manière asynchrone pour conclure un contrat. Si un commercial important s'en va, l'historique de toutes ses interactions et stratégies se trouve dans le canal, et non dans une messagerie inaccessible. Cela permet aux nouveaux commerciaux de se mettre rapidement à jour sur un compte et d'établir une relation de confiance avec les clients dès leur premier jour.

The screenshot displays a Slack channel interface. On the left is a dark sidebar with navigation options: Messages non lus, Fils de discussion, Tous les messages directs, Mentions et réactions, Éléments enregistrés, Plus, Annonces, Aide, Partenariats, Mes comptes, # comptes-tupelo (selected), Canaux, Messages directs, and Applis. The main content area shows a message from Florence Garnier (Ventes) at 16h40, thanking William Sousa (Ventes) and asking for an introduction to Matthieu Brunet. Below the message is a search result from Salesforce (APPLI) at 16h42, showing 8 results for « Fiction S.A. ». The search results are filtered by type: Comptes (1), Contacts (4), Prospects (1), and Opportunités (2). A specific opportunity is highlighted: 'Tupelo - Responsable panier et tarifs + Svcs 1M'. A button 'Visionner l'enregistrement' is visible at the bottom of the search results.

**Applications intégrées :** Slack s'intègre à plus de 2 300 applications et outils, dont Salesforce, Calendly, DocuSign, Crossbeam et Highspot. Mais les outils commerciaux ne sont pas les seuls dont l'intégration est importante. Les représentants commerciaux peuvent vérifier les niveaux d'inventaire à partir des systèmes de PGI, extraire le statut de facturation d'un compte depuis les outils financiers et recevoir des mises à jour sur les ventes quand ils en ont besoin. Au lieu d'être envoyées par e-mail, les notifications des applications de base peuvent être intégrées directement dans le canal Slack adéquat, où elles peuvent être immédiatement consultées par l'ensemble de l'équipe pour activation. Plus important encore, les opportunités indiquées par Drift, SalesLoft, Marketo, HubSpot ou d'autres outils sont centralisées pour qu'un suivi soit réalisé. Ceci est indispensable, car des recherches menées par le MIT et InsideSales.com ont révélé que saisir les opportunités dès les cinq premières minutes a un impact majeur sur le développement commercial.



**Les taux de contact et de qualification chutent de 400 % après les cinq premières minutes.**

**MIT et InsideSales.com**



Salesforce



Calendly



DocuSign



Crossbeam



Highspot



Drift



SalesLoft



Marketo



HubSpot

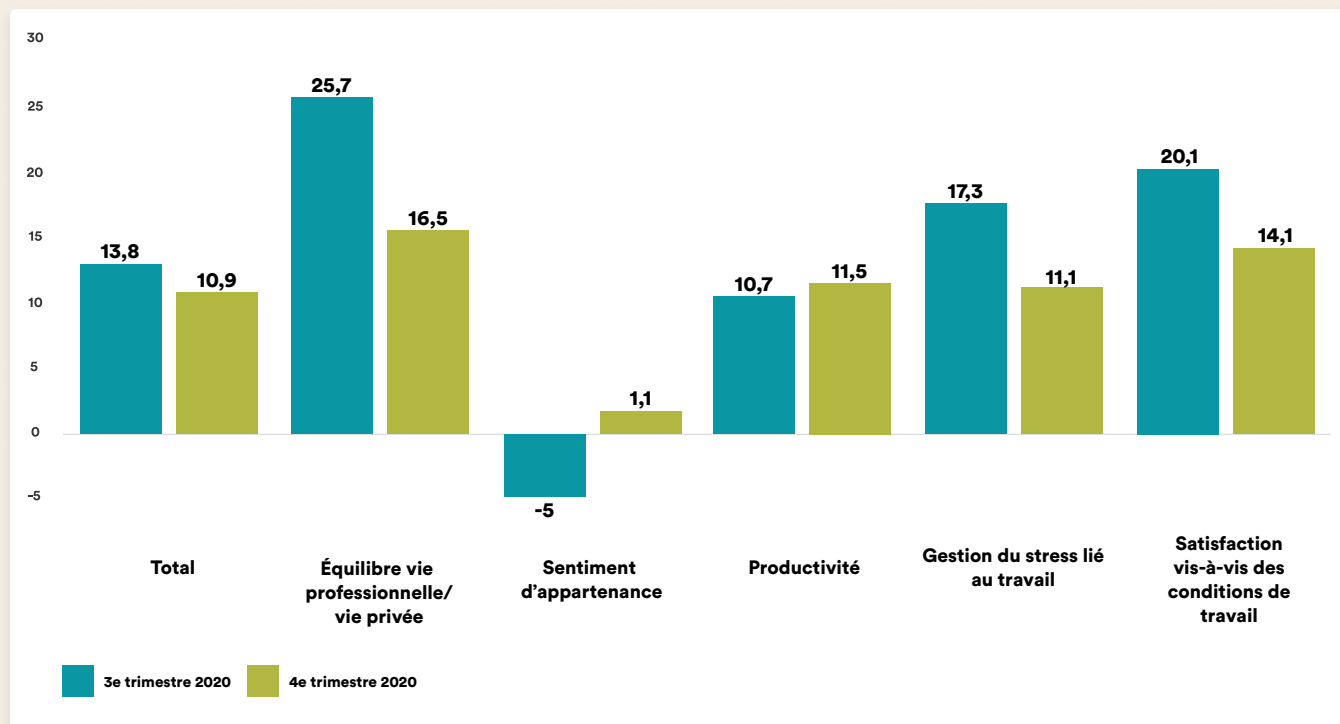
## Les échanges personnels renforcent l'investissement des collaborateurs

À l'ère du travail flexible et à distance, Slack n'est pas uniquement un endroit où travailler. C'est également là que les équipes commerciales peuvent communiquer sur un plan plus personnel, partager les hauts et les bas qu'elles ont traversés, nouer des liens autour de leurs intérêts communs et célébrer des réussites ensemble.

Cela joue non seulement sur le moral de l'équipe, mais aussi sur la fidélisation des salariés. Les enquêtes trimestrielles de l'indice d'expérience collaborateur en télétravail, que nous organisons depuis le début de la crise sanitaire, montrent que le télétravail a initialement affecté le sentiment d'appartenance des salariés. Un an plus tard, il s'agissait toujours de l'aspect présentant le plus faible niveau de satisfaction.

C'est un véritable signal d'alarme pour les responsables commerciaux, car les représentants qui ne se sentent pas inclus sont davantage susceptibles de ne pas s'impliquer réellement et de quitter l'entreprise.

## Se libérer des horaires de bureau traditionnels



*Remarque : les scores maximum et minimum potentiels sont +100 et -100. Un score élevé indique une plus grande satisfaction en télétravail par rapport au travail au bureau, et un score faible indique une satisfaction plus faible. Reportez-vous à la note en bas de page pour les détails sur la méthodologie.*

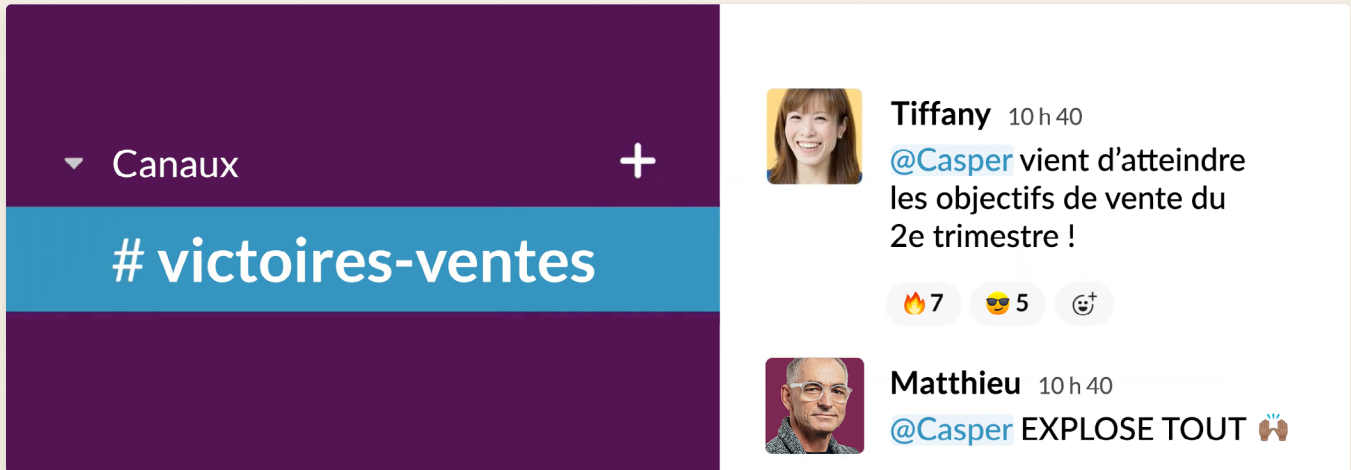
Source : The Future Forum

## Un sentiment d'appartenance plus fort

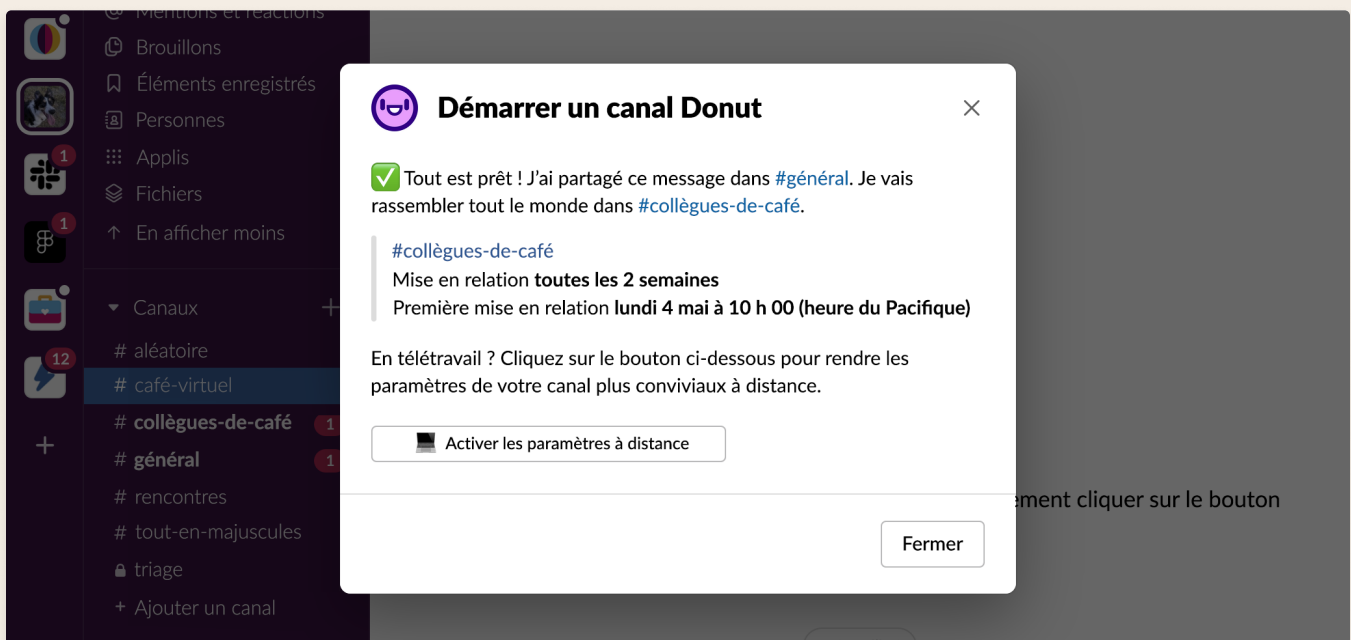
Grâce à Slack, les responsables commerciaux permettent à leurs équipes de tisser des liens qui pourraient être inexistantes dans un contexte de télétravail. Ces opportunités nourrissent un sentiment d'appartenance plus fort. Voici quelques initiatives que les responsables commerciaux entreprennent dans les canaux Slack :

- **Célébrer les réussites** : Slack permet de féliciter facilement les collaborateurs qui gagnent des contrats. Tout le personnel est automatiquement notifié et peut participer aux félicitations avec des commentaires et des réactions émoji.

## Se libérer des horaires de bureau traditionnels



- **Créer une pause-café virtuelle** : les intégrations Slack comme Donut et RandomCoffees mettent en place des « pauses-café » qui réunissent de manière aléatoire des collègues, ce qui est très utile pour aider les nouveaux commerciaux en télétravail à s'intégrer à leur équipe et plus largement à l'entreprise.



- **Garder une dimension humaine dans les communications d'équipes** : les représentants commerciaux aiment le contact humain, et s'ils ne peuvent pas communiquer en face à face, ils se connectent via des canaux. Slackbot rappelle à notre équipe Slack de partager ses activités du week-end, mais les réponses ne peuvent se faire que par émojis ! C'est une manière amusante d'approcher les autres... vous seriez surpris de voir la créativité dont les équipes commerciales peuvent faire preuve.

## Se libérer des horaires de bureau traditionnels



## Réunir les collaborateurs chez Limelight Networks

Chez le fournisseur de contenu numérique Limelight Networks, Slack est essentiel à la culture de l'entreprise. L'équipe commerciale dispose d'un canal qui annonce quand une vente est conclue, ainsi que des canaux par région à l'intention des salariés pour qu'ils puissent coordonner leurs efforts de prospection. Limelight possède également un canal qui permet aux salariés de discuter de l'actualité du secteur et de commenter les événements relatifs à ce dernier.

Au début de la crise sanitaire, Limelight a créé un canal commun à l'ensemble de l'entreprise, nommé **#copingwithcovid19**, dans lequel les salariés peuvent partager des blagues et des vidéos.

« Ce canal a été une ressource extraordinaire. Même notre PDG y a participé », rapporte Nivedita Mehra, vice-présidente des opérations commerciales pour Limelight. « Cela a permis l'implication de collaborateurs de divers services qui ne communiquent pas ensemble d'habitude, puisque nous avons tendance à rester dans nos propres canaux. C'est une excellente manière de fédérer l'entreprise. »

## Se libérer des horaires de bureau traditionnels

« [Slack] a permis l'implication de collaborateurs de divers services qui ne communiquent pas ensemble d'habitude. C'est une excellente manière de fédérer l'entreprise. »

**Nivedita Mehra**, vice-présidente des opérations commerciales,  
Limelight Networks

## Accélérer l'intégration des commerciaux

Dans un mode de travail hybride, il est parfois difficile de briefer les nouveaux commerciaux pour qu'ils puissent commencer à vendre. Avec une plateforme collaborative centralisée, ils peuvent communiquer avec les bonnes personnes et obtenir des informations sur l'entreprise beaucoup plus rapidement, afin de commencer à établir des relations de confiance auprès des clients dès leur arrivée.

Chez Splunk, une plateforme d'analyse de données, c'est sur ce point qu'a innové Linda Page, vice-présidente régionale du déploiement international. Son équipe facilite les programmes d'intégration et de formation commerciale, et elle crée des outils de déploiement commercial et encourage leur adoption.

« Si vous êtes nouveau dans l'équipe Splunk, il est très important de vous connecter aux ressources partagées dans Slack – historique des connaissances et partenaires transverses », affirme Linda Page.

« Nous ajoutons de nouveaux collaborateurs dans les canaux Slack afin qu'ils puissent poser des questions, prendre connaissance de celles de leurs collègues et se connecter à l'écosystème, tout simplement. L'utilisation des bons canaux Slack peut vraiment accélérer la période d'apprentissage. »

« Si vous êtes nouveau dans l'équipe Splunk, l'utilisation des bons canaux Slack peut vraiment accélérer la période d'apprentissage. »

**Linda Page**, vice-présidente du déploiement international, Splunk

# 2.

**Se concentrer  
sur la culture et  
la coordination  
d'entreprise**



10

## Se concentrer sur la culture et la coordination d'entreprise

Comme dans toute période agitée, il est difficile de maintenir la coordination, l'investissement et la concentration des équipes. C'est encore plus ardu lorsque les collaborateurs sont dispersés à travers le monde, sur de multiples fuseaux horaires.

**76 % des responsables de vente indiquent que leur capacité à s'adapter au changement est plus forte maintenant qu'il y a cinq ans.**

LinkedIn



## Une mutation du secteur commercial

Pour ajouter encore plus de pression, les responsables commerciaux doivent gérer des équipes en télétravail, à une époque où le budget des clients est réduit et où les priorités d'investissements ont énormément changé.

C'est pourquoi certaines entreprises commerciales font passer la satisfaction client avant la réalisation des objectifs. Le rapport sur les tendances des ventes en 2020 par LinkedIn indique que la culture commerciale priorise la fidélisation des salariés sur le chiffre d'affaires.

**43 % des personnes interrogées ont choisi la « satisfaction client » comme indice principal pour évaluer les performances commerciales, plutôt que la « réalisation des objectifs ».**

LinkedIn



## Se concentrer sur la culture et la coordination d'entreprise

Comme le fait remarquer LinkedIn, se concentrer sur la relation client peut être une bonne manière d'éviter les pratiques qui émergent lorsque les commerciaux ne sont jugés que sur leur chiffre. « Il sera toujours important d'atteindre des objectifs commerciaux », précise LinkedIn, « mais il est plus important et utile de mettre l'accent sur les actions et techniques qui mènent à ces objectifs. »

Cependant, dans un monde où le travail se fait davantage à distance, avec moins de supervision directe, comment s'assurer que cette valeur est maintenue dans toute l'entreprise commerciale ?

## Développer la coordination dans un mode de travail hybride

Les communications fréquentes entre dirigeants et les circuits de retours réciproques sont d'excellentes manières de maintenir la coordination entre les salariés et autour des valeurs, mais seulement s'ils incluent tout le monde, sont consultés et activés, et n'éloignent pas de la vente.

Chez Splunk, Quentin Packard, vice-président régional, développement commercial monde des nouveaux produits, est chargé de gérer des centaines de commerciaux. Ces derniers utilisent Slack pour collaborer, repérer les opportunités et développer leur entreprise commerciale. Cela comprend l'utilisation d'un **canal #ventes** pour promouvoir la transparence et la coordination à travers les équipes commerciales internationales de Splunk.

The screenshot shows a Slack interface for the '#ventes' channel in the 'Splunk' workspace. The sidebar on the left lists channels like '#leaders', '#opportunités-commerci...', '#réunions-générales', and '#séance-information-équ...', with '#ventes' selected. Below are direct messages with Slackbot, William Sousa, and David Brichau. The main area shows two messages: Louise Forestier's 9h01 message about a newsletter, and Matthieu Brunet's 11h36 message thanking users for comments on APM and infrastructure.

*Splunk utilise les canaux Slack pour maintenir la coordination et l'investissement de ses équipes commerciales internationales.*



## Se concentrer sur la culture et la coordination d'entreprise

Avant d'appeler les responsables, Quentin Packard demande aux chefs d'équipe de répondre à un fil de discussion pour citer trois tâches accomplies et trois tâches en cours dans le canal **#responsables** de Splunk. Chaque chef d'équipe présente ainsi les trois tâches qu'il avait prévu de réaliser la semaine précédente ainsi que les trois tâches qu'il prévoit d'accomplir la semaine suivante.

« Ces mises à jour donnent un aperçu très synthétique de notre emploi du temps », explique Quentin Packard. « Les responsables peuvent donc survoler les fils de discussion pour chercher des points communs et rester informés, ce qui renforce la transparence et l'attention là où elles sont le plus nécessaires. »

« Les responsables peuvent donc survoler les fils de discussion pour chercher des points communs et rester informés, ce qui renforce la transparence et l'attention là où elles sont le plus nécessaires. »

**Quentin Packard**, vice-président régional, développement commercial monde des nouveaux produits, Splunk

# 3.

**S'adapter au  
marché en  
standardisant  
l'expérience client**



16

## S'adapter au marché en standardisant l'expérience client

Même avant 2020, les clients étaient devenus de plus en plus indépendants. Des études indiquent qu'ils étaient de moins en moins enclins à solliciter des entretiens avec des commerciaux, et préféraient faire leurs propres recherches et n'entrer en contact qu'en cas de question.

Le télétravail a ensuite balayé les méthodes traditionnelles pour contacter les clients. Réunions en face à face, présentations en personne, networking lors de conférences ou de salons commerciaux : tout a été remplacé par des moyens de communication numériques.

**Plus de 90 % des entreprises en B2B ont basculé vers un modèle de ventes numérique pendant la crise sanitaire.**

**McKinsey & Company**



16

Les équipes commerciales les plus efficaces n'ont pas perçu ces modes de contacts numériques avec les prospects comme un obstacle, mais plutôt comme l'opportunité d'améliorer l'expérience d'achat pour les clients et de construire des relations plus durables et profondes.

Elles ont atteint cet objectif en collaborant en interne pour proposer au client une expérience d'achat plus cohérente, mieux documentée et plus efficace. Et ces équipes se servent de plus en plus des canaux Slack pour y parvenir.

## Collaborer autour du client

Les acheteurs attendent aujourd'hui des entreprises qu'elles sachent qui ils sont et qu'elles conservent des données essentielles sur eux. Pourtant, 54 % des clients interrogés par le rapport State of the Connected Customer 2021 de Salesforce déclarent avoir généralement l'impression que les équipes commerciales, du service client et marketing ne partagent pas les informations.

**76 % des acheteurs souhaitent que les interactions entre les services soient régulières. 54 % déclarent avoir généralement l'impression que les équipes commerciales, du service client et marketing ne partagent pas les informations entre elles.**

**Salesforce**

Grâce à Slack, c'est facile pour les équipes du service client de collaborer pour assurer une expérience cohérente et documentée pour chaque client. Imaginons par exemple qu'un client entre en contact avec le service d'assistance pour signaler qu'il manque une fonctionnalité spécifique sur un produit. L'agent crée un ticket à l'aide d'un outil comme Zendesk, qui est automatiquement intégré au canal Slack du compte du client.

Un responsable produit consulte le ticket et répond dans le canal que la fonctionnalité en question est prévue pour la version suivante, et donne un lien pour contourner le problème. L'agent suggère alors au client cette solution, et un représentant commercial accompagne le client pour lui proposer une démonstration en avance de la nouvelle version. Simultanément, un responsable marketing passe par le canal pour vérifier auprès du service commercial et d'assistance que le client est satisfait, avant d'utiliser son témoignage pour une nouvelle campagne.

Sans ce type de collaboration immédiate, le client aurait probablement reçu de la part de l'assistance une réponse qui n'aurait été d'aucun secours, ou il aurait dû attendre longtemps qu'on le tienne au courant. Le service commercial serait passé à côté d'une occasion d'encourager le client à acheter la nouvelle version, et le service marketing aurait peut-être publié un témoignage client à un moment où le client était frustré, ce qui aurait augmenté son mécontentement.

## **Proposer une meilleure expérience d'achat**

Compte tenu de la complexité du secteur de la vente des produits et des services, il est rare qu'un commercial connaisse à lui seul toutes les réponses dont un client a besoin avant d'acheter. C'est l'une des raisons pour lesquelles les prospects sont de moins en moins enclins à solliciter des entretiens avec des commerciaux et préfèrent effectuer leurs propres recherches.

## S'adapter au marché en standardisant l'expérience client

Cependant, si un commercial est en mesure de donner directement des réponses éclairées aux prospects, il peut se forger rapidement une réputation de conseiller fiable. Cela lui permet de négocier plus rapidement, de signer des contrats d'un montant plus élevé et de fidéliser les clients.



14

**Les fournisseurs qui facilitent les achats ont 62 % de chances supplémentaires que les autres de signer des contrats d'un montant plus élevé.**

*Harvard Business Review*

Les équipes commerciales qui ont recours à Slack pour collaborer peuvent donner rapidement des réponses avisées aux prospects, car elles sont en contact direct avec les experts de l'entreprise.

Si le client souhaite voir une démonstration, le commercial peut facilement solliciter un ingénieur des ventes. Si le client a une question concernant une clause du contrat, le commercial peut mentionner un utilisateur du service juridique pour avoir la réponse rapide d'un expert. Et si la négociation dépend de l'approbation d'une remise, le représentant peut demander une autorisation immédiate du service financier. Tout cela passe par un seul canal, sans avoir à envoyer le moindre e-mail.

**Les équipes de la relation client qui utilisent Slack ont constaté une diminution de 60 % des délais de réponse aux clients.<sup>1</sup>**



16

## Communiquer différemment avec les clients

Les équipes commerciales qui utilisent Slack estiment qu'il est logique de ne pas se contenter de collaborer avec les autres services, mais qu'il faut aussi intégrer le client ou le prospect à ces conversations.

1. Chiffres d'équipes spécifiques utilisant Slack Connect dans leur entreprise. Les résultats peuvent varier au sein de votre entreprise.

## S'adapter au marché en standardisant l'expérience client

C'est possible avec Slack Connect, qui permet aux équipes commerciales d'inviter les clients ou prospects directement dans les canaux Slack. Cela réduit les échanges d'e-mails, ce qui accélère les négociations et permet de développer des relations client plus durables et personnelles.



14

### **Cycle de vente 4 x plus rapide grâce à Slack Connect.<sup>2</sup>**

Chez Snowflake, plateforme de données dans le Cloud, les chargés de compte travaillent avec les clients tout au long du cycle de vente, depuis les premiers contacts avec les prospects jusqu'au moment d'aider les nouveaux clients à choisir le bon forfait Snowflake pour leur entreprise.

Depuis qu'ils ont commencé à communiquer avec les prospects grâce à Slack Connect, ils ont scellé davantage de ventes plus rapidement. Un chargé de compte, Michael Westra, nous a affirmé que Slack Connect l'a aidé à tripler la taille de ses transactions, année après année.

« Si un prospect a une question, nous pouvons instantanément lui transmettre la réponse d'un ingénieur ou d'un autre membre de l'équipe. Cela nous distingue de la concurrence », explique Cedric Dageville, un autre chargé de compte chez Snowflake. « Les clients ont la sensation que nous faisons tous partie d'une même équipe. »

Grâce aux canaux, il est également plus facile de clôturer des ventes sans quitter l'espace de travail Slack. Quand les nouveaux clients doivent négocier leurs contrats et s'inscrire aux services Snowflake, Cedric Dageville et Michael Westra envoient via Slack un message direct aux valideurs côté client pour les laisser préciser les détails et transmettre les documents.

2. Déclarations et chiffres provenant d'équipes spécifiques utilisant Slack Connect dans leur entreprise. Les résultats peuvent varier au sein de votre entreprise.

## S'adapter au marché en standardisant l'expérience client

« Je dirais que 99 % de mes communications avec mes clients et prospects passent par les canaux de Slack Connect. Nous ne communiquons que rarement par e-mail », indique Cédric Dageville. « À mon avis, chaque équipe de vente dans une entreprise devrait constamment utiliser Slack Connect. »

**« Je dirais que 99 % de mes communications avec mes clients et prospects passent par les canaux de Slack Connect. Nous ne communiquons que rarement par e-mail. »**

**Cedric Dageville**



**16**

Découvrez les [principales fonctionnalités de Slack Connect](#).

Découvrez comment de plus en plus d'entreprises [collaborent avec leurs clients dans Slack Connect](#).

# 4.

## Repenser les partenariats et les écosystèmes d'entreprise



## Repenser les partenariats et les écosystèmes d'entreprise

Les modèles de vente peuvent être simples et se baser uniquement sur les transactions. Mais ils peuvent aussi être très complexes et impliquer des écosystèmes de distributeurs, revendeurs, intégrateurs et partenaires conseil. Désormais, beaucoup d'entreprises passent également à un modèle d'écosystème pour l'approvisionnement des produits, ce qui élargit le nombre de partenaires impliqués dans chaque conversation commerciale.

« Il est de moins en moins probable qu'un acteur unique puisse proposer tous les éléments qu'un client recherche. C'est pourquoi nous assistons à l'essor des écosystèmes, en particulier ceux façonnés pour répondre aux besoins des clients. »

### *Harvard Business Review*

Plus les équipes commerciales internes peuvent collaborer de manière efficace avec les partenaires, plus les ventes sont conclues rapidement. Cependant, la collaboration avec les partenaires a traditionnellement été menée par e-mail, ce qui entraîne des temps de réponse élevés et la perte potentielle de ventes.

Prenons l'exemple d'un revendeur qui s'apprête à signer une vente auprès d'un client, mais il doit recevoir la confirmation qu'une fonctionnalité spécifique qui n'est pas encore disponible est prévue dans la feuille de route du produit. Auparavant, ce revendeur aurait probablement posé la question par e-mail à son chargé de clientèle. Cependant, ce dernier n'aurait peut-être pas vu l'e-mail tout de suite, et il aurait peut-être fallu attendre pour obtenir l'information. Pendant ce temps, la vente risque d'être perdue.

## Accélérer les collaborations avec les partenaires grâce à Slack Connect

Grâce à Slack Connect, les équipes commerciales peuvent travailler directement avec les partenaires pour clôturer les ventes dans un environnement collaboratif ouvert et rapide.

Responsable des alliances technologiques chez Zendesk, Mike Yakovlev se concentre sur la construction de partenariats qui permettront aux commerciaux de transformer de simples conversations en opportunités.

## Repenser les partenariats et les écosystèmes d'entreprise

Avant de passer à Slack, il peut être extrêmement difficile de gérer par e-mail 50 partenariats, voire plus, simultanément. « Ça aurait été tout aussi rapide d'utiliser un pigeon voyageur », explique Mike Yakovlev. Désormais, qu'il s'agisse d'organiser des activités de co-marketing ou de discuter d'une solution commune pour un client potentiel, Mike Yakovlev s'appuie sur les canaux Slack pour transmettre les messages, outils et fichiers.

Il est parfaitement conscient qu'une communication simple et efficace est déterminante. « Les commerciaux misent tout sur la rapidité et veulent s'assurer qu'ils obtiennent les réponses à leurs questions aussi vite que possible », explique-t-il.

Grâce aux canaux, ces commerciaux peuvent inviter des partenaires à rejoindre des appels destinés aux clients potentiels, et ce dans les cinq minutes qui suivent la requête initiale. « Pour nous, il est essentiel que toutes les informations concernant un partenaire soient immédiatement à portée de main. Nous disposons d'une ligne directe avec nos homologues au sein des entreprises avec lesquelles nous collaborons le plus souvent », ajoute-t-il.

« Les commerciaux veulent s'assurer qu'ils obtiennent les réponses à leurs questions aussi vite que possible. [Grâce à Slack,] nous disposons d'une ligne directe de communication avec nos partenaires récurrents. »

**Mike Yakovlev**, directeur des alliances technologiques, Zendesk



# 5.

**Accélérer et automatiser le travail pour réussir**



19

## Accélérer et automatiser le travail pour réussir

Le dernier impératif du nouveau monde du travail concerne l'automatisation. En automatisant les processus répétitifs, les équipes commerciales peuvent gagner des heures entières pour les consacrer à des tâches plus importantes, comme la vente. Pensez à toutes ces tâches chronophages à cause desquelles les commerciaux ne peuvent interagir avec les clients : elles sont probablement automatisables.

Slack propose aux entreprises commerciales plusieurs manières d'automatiser leurs tâches répétitives et de maximiser la productivité de leur équipe commerciale.

## Applications intégrées

Comme mentionné précédemment, l'intégration de Slack à des applications de vente telles que Salesforce, Troops et DocuSign élimine la nécessité de passer d'un système à un autre, ce qui donne aux équipes l'accès à des informations essentielles depuis plusieurs systèmes, mais fait également gagner un temps précieux chaque jour.



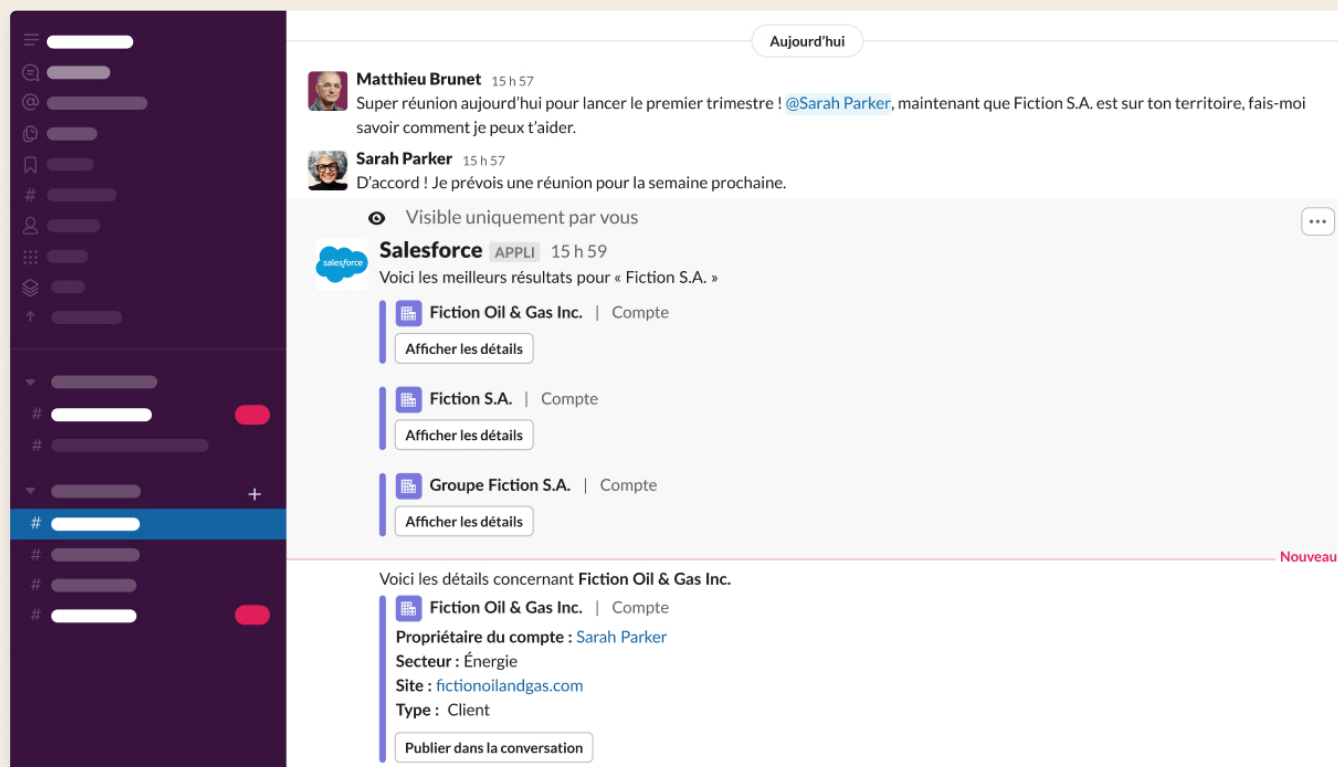
14

**Les salariés australiens estiment qu'ils passent en moyenne 22 minutes par jour à naviguer entre leurs applications. Cela représente près de 2 heures par semaine et 95 heures par an, soit 12 jours ouvrables de productivité perdue.**

**The Remote Work Tech Effect**

L'intégration de Salesforce, par exemple, permet aux équipes commerciales d'obtenir des informations sur les opportunités de vente, d'y répondre, d'enregistrer des appels et des commentaires vocaux rapides dans Salesforce, le tout sans devoir quitter Slack. Les équipes commerciales peuvent transférer des enregistrements de comptes dans Slack à l'aide d'une simple commande `/salesforce [nom du compte]`, ce qui facilite et accélère le partage de contexte et d'historiques entre partenaires transverses.

## Repenser les partenariats et les écosystèmes d'entreprise



A screenshot of a Slack channel interface. On the left is a dark sidebar with navigation icons. The main area shows a conversation from 'Aujourd'hui'. A message from **Matthieu Brunet** (15 h 57) says: 'Super réunion aujourd'hui pour lancer le premier trimestre ! @Sarah Parker, maintenant que Fiction S.A. est sur ton territoire, fais-moi savoir comment je peux t'aider.' Sarah Parker (15 h 57) replies: 'D'accord ! Je prévois une réunion pour la semaine prochaine.' Below is a notification from the **Salesforce** app (APPLI, 15 h 59) titled 'Voici les meilleurs résultats pour « Fiction S.A. »'. It lists three results: 'Fiction Oil & Gas Inc. | Compte', 'Fiction S.A. | Compte', and 'Groupe Fiction S.A. | Compte', each with an 'Afficher les détails' button. A red 'Nouveau' tag is visible on the right. Below the notification, a section titled 'Voici les détails concernant Fiction Oil & Gas Inc.' shows details for 'Fiction Oil & Gas Inc. | Compte': 'Propriétaire du compte : Sarah Parker', 'Secteur : Énergie', 'Site : fictionoilandgas.com', and 'Type : Client', with a 'Publier dans la conversation' button.

Les mises à jour des opportunités peuvent également être intégrées automatiquement dans un canal Slack pour que les responsables puissent les consulter. Les commerciaux n'ont pas à interrompre leur travail pour s'occuper de préparer une mise à jour.

Dans le service du transport terrestre de l'entreprise de covoiturage Lyft, l'intégration à Salesforce rend le service commercial plus efficace. Grâce à Troops, une intégration qui connecte Salesforce et Slack, les commerciaux peuvent mettre à jour le statut des ventes ainsi que leur tableau de bord directement dans Slack.

Cela présente deux avantages : un commercial n'a pas à mettre à jour chaque transaction dans Salesforce, et les principaux intervenants ont une meilleure visibilité sur le processus de vente et les données client.

« Nous consacrons plus de temps à prospecter et moins de temps à mettre à jour les transactions dans Salesforce », explique Tyler Lefeber, chargé de compte stratégique senior chez Lyft Business. « Cela ne fait aucun doute : les commerciaux récupèrent plus de comptes et scellent les transactions plus rapidement. »

## Repenser les partenariats et les écosystèmes d'entreprise

« Nous consacrons plus de temps à prospecter et moins de temps à mettre à jour les transactions dans Salesforce. Cela ne fait aucun doute : les commerciaux récupèrent plus de comptes et scellent les transactions plus rapidement. »

**Tyler Lefeber**, chargé de compte stratégique senior, Lyft Business

Consultez la [Liste des applications](#) pour découvrir plus de 2 300 intégrations Slack.

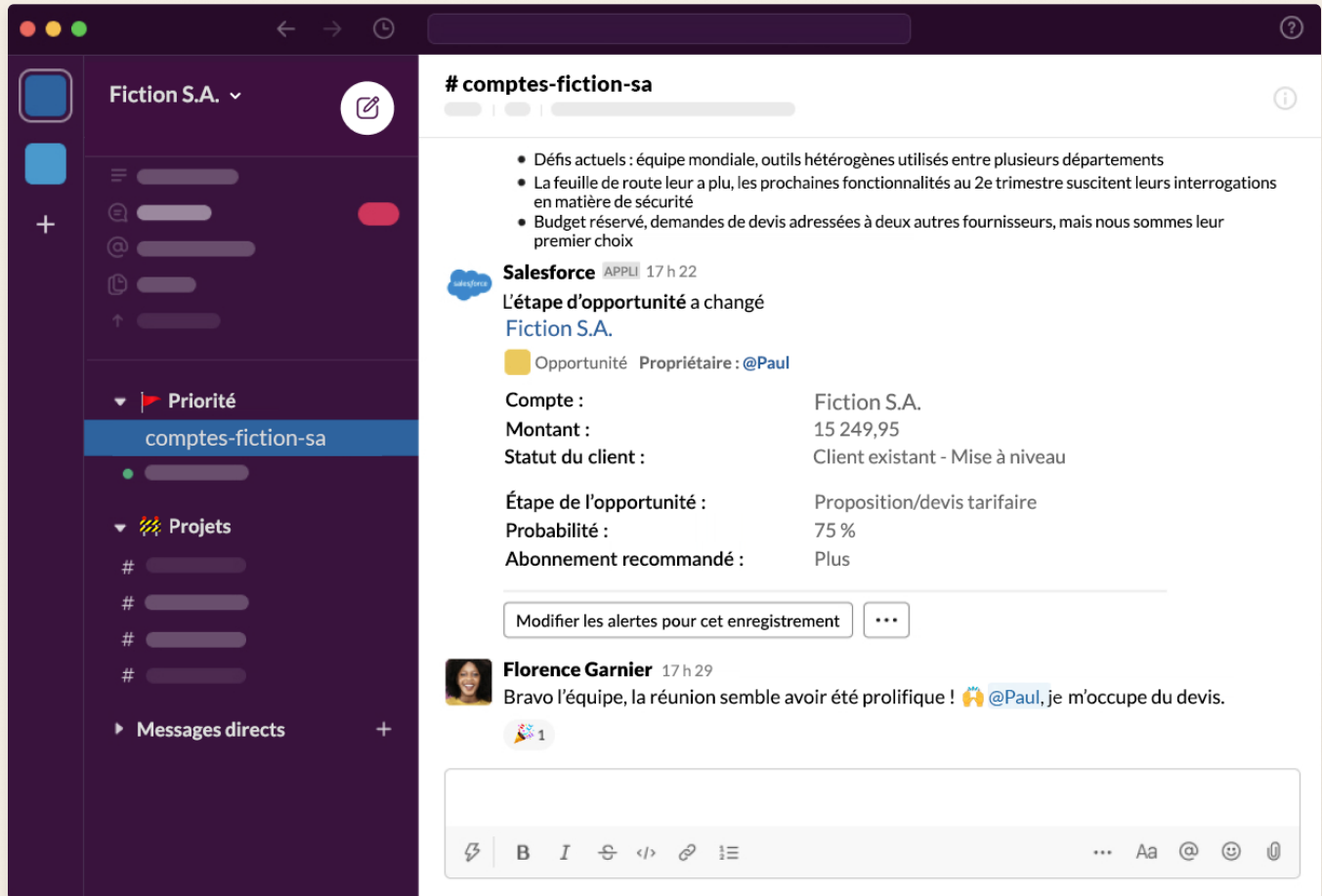
## Flux de travail automatisés

Dans le domaine des ventes plus qu'ailleurs, le temps est précieux : moins les représentants commerciaux passent de temps à administrer et documenter, plus ils peuvent se consacrer à la vente. Avec Slack, l'automatisation des tâches répétitives est facile grâce aux bots et à l'automatisation des processus. Plus besoin d'impliquer le service informatique.

Nous avons vu des équipes commerciales utiliser l'automatisation par Slack pour accomplir les tâches suivantes :

- transférer des détails de compte de la GRC dans Slack pour les mettre à disposition de tous
- enregistrer des appels et des remarques d'appels dans la GRC sans quitter Slack
- créer des rapports de mise à jour pour les dirigeants grâce à des données extraites automatiquement de la GRC
- signaler instantanément toute modification de transaction aux responsables et aux équipes de compte
- générer des diaporamas client sur demande à l'aide de données de compte personnalisées tirées de diverses sources

## Repenser les partenariats et les écosystèmes d'entreprise



The screenshot shows a Slack channel named "# comptes-fiction-sa" within a workspace for "Fiction S.A.". The channel contains a workflow automation triggered by a Salesforce update. The automation lists current challenges and then displays a table of opportunity details.

- Défis actuels : équipe mondiale, outils hétérogènes utilisés entre plusieurs départements
- La feuille de route leur a plu, les prochaines fonctionnalités au 2e trimestre suscitent leurs interrogations en matière de sécurité
- Budget réservé, demandes de devis adressées à deux autres fournisseurs, mais nous sommes leur premier choix

**Salesforce** APPLI 17 h 22  
L'étape d'opportunité a changé  
Fiction S.A.

Opportunité Propriétaire : @Paul

Compte :	Fiction S.A.
Montant :	15 249,95
Statut du client :	Client existant - Mise à niveau
Étape de l'opportunité :	Proposition/devis tarifaire
Probabilité :	75 %
Abonnement recommandé :	Plus

Modifier les alertes pour cet enregistrement

**Florence Garnier** 17 h 29  
Bravo l'équipe, la réunion semble avoir été prolifique ! 🎉 @Paul, je m'occupe du devis.

Avec le **générateur de flux de travail de Slack**, les équipes peuvent rapidement développer des flux de travail dans Slack à l'aide d'une simple interface de glisser-déposer : pas besoin de s'y connaître en code et pas besoin d'attendre l'intervention du service informatique.

## Repenser les partenariats et les écosystèmes d'entreprise

Le générateur de flux de travail dispose même d'une bibliothèque de flux de travail préfabriqués et prêts à être intégrés à Slack, par exemple pour donner aux nouveaux collaborateurs des liens vers des documents d'intégration, ou encore transférer aux dirigeants la requête d'un client pour les rencontrer.

En savoir plus sur [l'automatisation des flux de travail avec le générateur de flux de travail](#).

## Applications et bots personnalisés


Les équipes commerciales qui ont de bonnes relations avec le service informatique, ou qui sont en contact avec d'autres développeurs, peuvent également intégrer leurs propres applications personnalisées dans Slack. La création d'une application pour automatiser un processus chronophage peut améliorer de manière conséquente la productivité de l'équipe.


L'un de nos exemples favoris est une application que nous avons développée pour notre équipe de vente Slack, que nous avons nommée Midas Touch. Elle fait gagner des centaines d'heures chaque semaine à nos représentants commerciaux en automatisant le processus de création des diaporamas commerciaux pour des comptes spécifiques.

Midas Touch met à profit les intégrations Slack avec Salesforce, Looker et Google Slides afin de concevoir automatiquement un diaporama élégant et qui respecte l'image de marque, et le remplit avec les graphiques et les données pertinentes pour le prospect. Au lieu de consacrer des heures à examiner des données pour créer un diaporama entier, un commercial n'a pas besoin de passer plus que quelques minutes pour préparer le diaporama que Midas a créé avant un entretien avec un client.



**Bot de Midas Touch** APPLI 15 h 35

Bonjour, je suis Midas Touch. Je peux créer une présentation de vente gSlides personnalisée en quelques clics. [En savoir plus...](#) 

Super ! Je travaille sur vos diapositives pour Fiction S.A. . Je vous enverrai un message direct quand elles seront prêtes ! Cela devrait prendre quelques minutes pour la plupart des comptes et 20 minutes ou plus pour certains grands comptes.

---

Vos diapositives pour [Fiction S.A.](#) sont prêtes !

---

[Fiction S.A. \(21/10/2019\)](#)

Fiction S.A., c'est **1 600** utilisateurs actifs hebdomadaires, **13,3** millions de messages et **224** applis installées dans **34** espaces de travail.





## Repenser les partenariats et les écosystèmes d'entreprise

Depuis que nous avons lancé Midas Touch en octobre 2019, il a fait gagner à notre entreprise près de 5 000 heures de travail manuel chaque mois. Cela représente du temps qui peut alors être consacré à mieux servir nos clients.



14

**5 000 heures de travail manuel gagnées  
chaque mois grâce à l'application personnalisée  
Midas Touch.**

Découvrez comment nous avons conçu [l'application Midas Touch pour Slack](#).

# 6.

**Prioriser le  
numérique pour  
transformer  
la vente**



16

## Prioriser le numérique pour transformer la vente

En tant que responsable commercial, vous cherchez à répondre aux attentes des clients, à encourager l'investissement des salariés et la coordination des partenaires, à développer une culture commerciale et à automatiser les processus de vente. Fondamentalement, vous devez jongler avec les besoins du secteur et les évolutions rapides des préférences d'achat de vos clients. L'avenir en matière de vente ne consiste pas à en faire davantage. Il consiste à passer à une méthode numérique, coordonnée, à multiples facettes et automatisée (tout en restant foncièrement humaine) pour motiver l'investissement des clients. Slack peut être un raccourci vers ce changement de méthode.

## Méthodologie

L'Index de l'expérience des employés en télétravail est basé sur des données issues d'une enquête auprès de 9 032 salariés qui s'identifient comme des « employés de bureau qualifiés » aux États-Unis, au Royaume-Uni, en France, en Allemagne, au Japon et en Australie. Il analyse les éléments clés de l'expérience de travail pour 3 480 de ces travailleurs, qui sont principalement en télétravail. L'enquête a été menée entre le 25 novembre et le 30 décembre 2020, via GlobalWebIndex, un fournisseur de panels tiers, et diligentée par Slack. Les résultats ont été pondérés en fonction des secteurs et de la population.

Afin d'évaluer les effets du télétravail, chaque critère est noté sur 5 points. Cela va de « bien mieux » à « beaucoup moins bien » par rapport au travail en présentiel, le point médian étant « à peu près identique au travail en présentiel ». Le score maximum de +100 indique que, dans l'ensemble, les salariés en télétravail se sentent largement mieux à tous les niveaux évalués dans cet indice. Un score neutre de 0 indique qu'aucun changement net n'a été signalé et un score de -100 indique que la perception de tous les critères d'évaluation s'est beaucoup dégradée en télétravail.



**Nous sommes là  
pour vous aider  
à déployer de  
nouvelles méthodes  
de travail**



10

## **Nous sommes là pour vous aider à déployer de nouvelles méthodes de travail**

Loin d'être un frein, le passage à un modèle de travail flexible et à distance offre de nombreuses opportunités pour améliorer la façon dont les équipes commerciales communiquent, collaborent, gagnent des contrats. Les responsables commerciaux peuvent jouer un rôle prépondérant pour s'assurer que cette évolution se déroule comme prévu, et Slack est là pour vous aider.

Contactez-nous pour savoir comment nous avons aidé des équipes de service client du monde entier à trouver une meilleure formule, et comment nous pouvons aussi aider la vôtre.

« C'est aujourd'hui, et non dans cinquante ans, que nous devons repenser le travail et prendre la responsabilité de le changer. »

**Stewart Butterfield**, cofondateur et PDG, Slack



## À propos de Slack

Slack a transformé la communication d'entreprise. C'est la plateforme de messagerie par canaux numéro 1, utilisée par des millions de personnes pour coordonner leurs équipes, unifier leurs systèmes et faire progresser leurs entreprises. Seul Slack offre un environnement sécurisé, de qualité professionnelle, capable d'évoluer avec les plus grandes entreprises mondiales. C'est une nouvelle couche de la pile technologique de l'entreprise où les collaborateurs peuvent travailler ensemble plus efficacement, connecter tous leurs autres outils logiciels et services, et trouver les informations dont ils ont besoin pour fournir un travail optimal. Le monde du travail est sur Slack.



Les informations qui précèdent ne sont présentées qu'à titre indicatif. Elles ne sauraient en aucun cas constituer un engagement de notre part. Merci de ne pas vous baser sur ces informations pour prendre des décisions d'achat. Le développement, la mise à disposition et le calendrier des produits, des fonctions et des fonctionnalités restent à la seule discrétion de Slack et peuvent faire l'objet de modifications.