



**Dynamisez votre stratégie  
commerciale grâce  
à l'analytique avancée**

## Le monde a changé

En l'espace de quelques mois, le monde a radicalement changé le quotidien des entreprises et de la population. Les équipes commerciales bravent une tempête inédite et peinent à maintenir le cap. Les professionnels de la vente doivent s'adapter rapidement.



Dans toute structure commerciale, pour gagner en compétitivité, il faut comprendre la situation globale sans perdre de vue les activités individuelles du quotidien qui permettent de conclure des ventes. C'est plus que jamais d'actualité.

Cette crise, à la fois économique et sanitaire, pousse les équipes commerciales à s'adapter très vite à des conditions en évolution constante, ce qui rend les plans annuels obsolètes.

Les KPI utilisés pour suivre notamment la performance commerciale, le ratio coût-bénéfice et la réalisation des quotas ne sont que quelques exemples des nombreuses métriques qui vont fournir la vue d'ensemble d'un environnement commercial dynamique.

Mais comment obtenir une telle visibilité sur vos processus de vente ? Avec une plate-forme analytique et BI efficace, vous pouvez exploiter toutes vos données pour générer rapidement et systématiquement des insights efficaces.

## La data : un phare dans la nuit

Nos clients sont des entreprises de toutes tailles, de toutes formes et de tous les secteurs, mais ils ont un point commun : une accélération de la transition vers le digital.

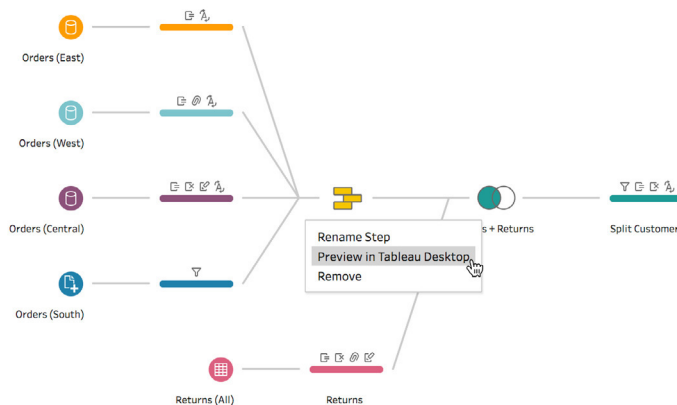
Employés, clients, collectivités : une grande partie de la population travaille et évolue désormais dans un monde digital. Qu'il s'agisse d'une réunion Zoom avec des collègues ou d'achats sur smartphone, les expériences digitales connectées vont perdurer. Mais cette situation constitue une opportunité exceptionnelle pour les entreprises et les équipes commerciales, car chaque interaction digitale génère d'importants volumes de données. Lorsque les clients interagissent avec votre site, vos applications mobiles, votre système CRM et votre équipe commerciale, ils génèrent des données que vous pouvez exploiter.



Pour tirer votre épingle du jeu, il faut tirer pleinement parti de ces données et agir rapidement et efficacement. Vos données vont vous guider dans la nuit. Les entreprises qui réussissent à exploiter leurs données sont mieux armées pour traverser cette période difficile.

Elles ont conscience que les données les aident à repenser demain, et ce à grande échelle. Lorsque chaque collaborateur a accès aux insights qui l'aident à comprendre ce qui se passe à son niveau, il peut participer efficacement à l'action.

Autrement dit, il est indispensable de s'appuyer sur une analytique qui regroupe non seulement les données de vente, mais aussi les informations de toute l'entreprise. Une plate-forme analytique intuitive comme Tableau vous offre une vue complète des métriques qui permettront aux responsables des opérations d'améliorer les prévisions, la planification et la prise de décisions en temps réel. La possibilité d'intégrer des données marketing, financières et client est essentielle pour comprendre les scénarios de vente et acquérir un avantage concurrentiel sans vous freiner dans votre élan et votre progression.



# Comment optimiser la stratégie commerciale ?

À l'instar des autres départements d'une entreprise moderne, l'équipe commerciale a besoin de tirer parti de ses données pour trouver des réponses aux questions les plus importantes :

- Comment savoir ce qui fonctionne bien et ce qui n'a aucun effet ?
- Comment générer des prévisions pertinentes dans un environnement qui évolue en permanence ?
- Comment être proactif et éviter de prendre des décisions trop tardives ?

## Développez une culture data

L'une des premières étapes pour établir une stratégie commerciale plus pertinente consiste à mettre en place une solide culture des données. Dans le contexte de la vente, cela implique de définir une mission commune pour donner davantage de moyens à chaque commercial grâce aux données. Avec une telle culture, les équipes placent les données au cœur de chaque décision et trouvent de nouvelles façons d'exploiter ces données pour mettre au point des solutions innovantes. Les Sales Ops créent des visualisations de données puissantes, que les commerciaux utilisent au quotidien. Ces derniers adaptent les données à leurs besoins et en fonction de la réalité du terrain. Tout cela crée un cercle vertueux entre les Sales Ops et les commerciaux, qui permet de créer, exploiter, adapter et partager des données et des visualisations entre les équipes.

### LinkedIn décèle des informations exploitables et des opportunités grâce à la transparence des données

LinkedIn est un exemple d'entreprise qui avait besoin d'une plate-forme robuste et évolutive pour dégager des informations exploitables à partir de ses données de vente. Son équipe d'analytique métier a adopté Tableau pour centraliser plusieurs pétaoctets de données client. Grâce aux tableaux de bord, elle peut suivre les performances et anticiper le taux d'attrition, ce qui aboutit à un cycle de vente plus proactif et à une augmentation des recettes. Avant d'utiliser Tableau, LinkedIn stockait ses données de vente dans des bases de données internes, Google Analytics et d'autres outils tiers.

Ensuite, un analyste des Sales Ops traitait chaque jour les demandes de plus de 500 commerciaux. En conséquence, il fallait parfois attendre 6 mois pour obtenir un rapport, et les commerciaux restaient dans le flou quant à leurs performances et à l'état des relations client.

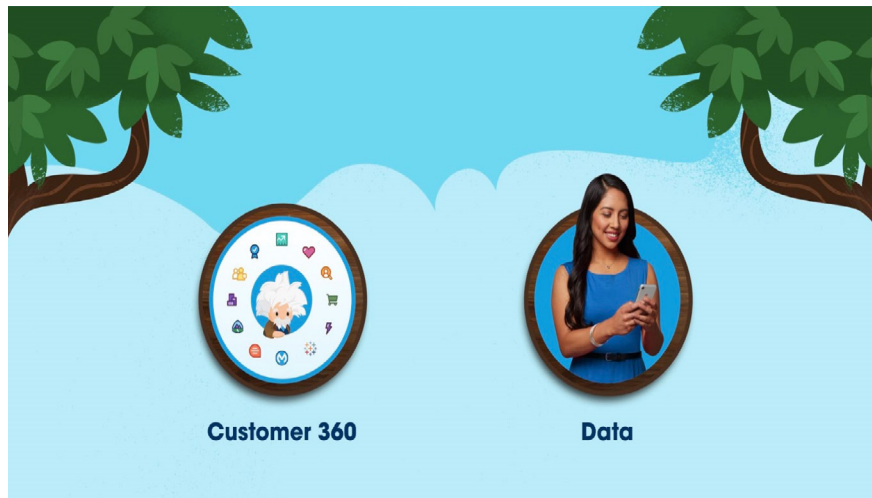
Aujourd'hui, 90 % de la force de vente de LinkedIn accède à Tableau toutes les semaines. Maintenant qu'elle peut suivre les performances globales des ventes et approfondir l'analyse pour comprendre l'expérience client sous-jacente, l'équipe commerciale peut savoir à quel moment les clients se mettent à utiliser davantage le produit. Ainsi, elle peut les contacter de manière proactive pour leur parler des opportunités potentielles ou d'engagement produit. En conséquence, les dépenses globales ont une chance d'augmenter, et l'activité sur le compte risque moins de baisser.

[Lisez l'article](#)

## Réunissez les données de toute l'entreprise

Pour chaque entreprise, les données qui montrent comment les clients interagissent avec leurs équipes jouent un rôle essentiel. Bien souvent, ces données sont hébergées dans le système de gestion des relations client (CRM). Un CRM comme Salesforce Customer 360 fournit une vue partagée des clients, ce qui permet aux collaborateurs de travailler ensemble pour établir des relations durables et basées sur la confiance, et de fournir les expériences sur mesure que les clients attendent.

Le fait d'avoir la possibilité de voir et comprendre les données client aide à mieux évaluer les besoins des clients et à mieux déterminer comment leur proposer des expériences de qualité.



Mais les entreprises ont aussi des données ailleurs que dans le CRM : elles peuvent se trouver dans des systèmes de planification des ressources d'entreprise (ERP), des entrepôts de données d'entreprise et des solutions RH. Cela représente une véritable mine d'insights précieux.

Avec la capacité de voir et comprendre toutes les données, celles du CRM et des autres systèmes, les employés sont en mesure de mener une véritable transformation de l'entreprise. Avec une visibilité sur tous les silos de données, il est plus facile de prendre les meilleures décisions et même de redresser la barre pour mieux atteindre les objectifs. Les équipes commerciales ont besoin d'une plate-forme qui rassemble les données pour être en mesure de répondre aux questions complexes de la direction, des clients, des fournisseurs et de leurs collègues.

## Toute l'équipe commerciale de Brown-Forman boostée grâce à la transparence des données

Selon Tim Nall, directeur des systèmes d'information chez Brown-Forman, l'une des dix plus grandes entreprises de spiritueux au monde, la communication est la clé pour déterminer les meilleures pratiques et augmenter les ventes. Les équipes ont besoin d'informations exploitables sur les prix et les livraisons pour gérer au mieux les unités de gestion des stocks (SKU).

En optimisant leurs investissements technologiques dans le stockage des données et l'analytique, les équipes de Brown-Forman maximisent les possibilités de collaboration. « Dans le cadre d'une stratégie internationale, il est important que tous les acteurs puissent accéder à ces informations et les comprendre. Grâce à notre entrepôt de données logique, que l'on combine à Tableau, les utilisateurs peuvent facilement collaborer et accéder à toutes ces informations », explique Tim.

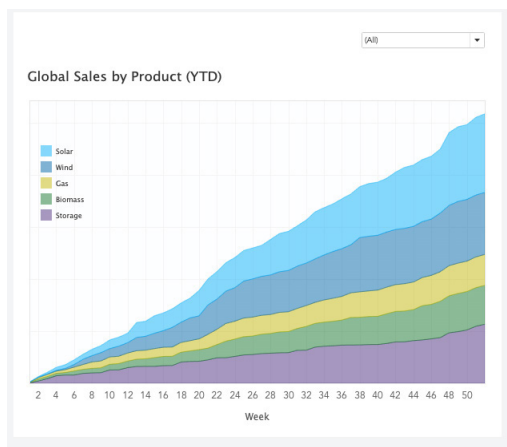
Que vos données soient affichées en temps réel ou qu'elles fassent l'objet d'actualisations fréquentes, Tableau simplifie également la publication des tableaux de bord des ventes. Avec l'authentification unique, les employés de Brown-Forman peuvent accéder aux tableaux de bord en un clic, depuis un ordinateur de bureau ou un appareil mobile.

À mesure que vous gagnerez de l'expérience et apprendrez à identifier les besoins de votre équipe en surveillant les vues de tableau de bord utilisées sur Tableau Server, vous découvrirez, comme Brown-Forman, ce qui fonctionne ou ce qui ne fonctionne pas. Vous pourrez alors travailler en équipe pour affiner les tableaux de bord et augmenter vos chances de succès.

[Lisez l'article](#)

## La visualisation interactive vous aide à aller plus loin

Des tableaux de bord partagés dans l'ensemble de l'entreprise permettent de mettre toutes les équipes au diapason. Rapides à créer et faciles à utiliser, les tableaux de bord Tableau transmettent un message clair aux commerciaux qui ne se demandent plus comment lire et interpréter les informations.



Les feuilles de calcul archaïques ne font pas le poids face aux visualisations de données. Leur création et leur mise à jour nécessitent du temps et des efforts considérables, et elles ne fournissent pas autant d'insights que les visualisations interactives. Les visualisations interactives améliorent les tâches analytiques de base telles que le filtrage des vues, l'ajustement des paramètres et les calculs rapides. Elles vous permettent également d'examiner les informations sous-jacentes grâce aux sélections intuitives et transforment vos données en insights.

Au lieu de passer du temps à essayer de comprendre des lignes et des colonnes, les équipes commerciales peuvent désormais se concentrer sur les contrats à conclure, les problèmes à résoudre et les décisions à prendre.

Elles ont conscience que les données les aident à repenser demain, et ce à grande échelle. Lorsque chaque collaborateur a accès aux insights qui l'aident à comprendre ce qui se passe à son niveau, il peut participer efficacement à l'action.

## Agir ensemble, avec la Data

L'analytique en libre-service est presque incontournable pour les organisations commerciales d'aujourd'hui, qui s'appuient sur l'information. Elles doivent pouvoir convertir rapidement les informations exploitables en décisions. C'en est fini de compter sur l'IT pour créer, personnaliser et publier des tableaux de bord des ventes. En créant elles-mêmes leurs tableaux de bord, les équipes commerciales peuvent trouver les réponses à leurs questions, en direct pendant une réunion ou en planifiant une stratégie.

## Des insights pour tout le monde

Les données et les insights qu'utilise votre équipe commerciale ne doivent pas rester confinés dans votre service ou dans vos réunions. Avec Tableau, vous pouvez facilement les partager dans toute l'entreprise, quelle que soit sa taille, et en toute sécurité. Grâce aux visualisations publiées, aux abonnements, aux tableaux de bord accessibles dans l'ensemble de l'entreprise et à la certification des sources de données, vous pouvez mettre des données prêtes à l'emploi à la disposition de tous ceux qui en ont besoin. Avec un cadre de gouvernance solide, vous aurez l'assurance que chacun pourra accéder aux bonnes données au moment où il en a besoin.

## MillerCoors découvre de nouvelles opportunités de vente grâce à une vue des données en temps réel

Cumulant plus de 450 ans de savoir brassicole, MillerCoors est un producteur de bières populaires basé aux États-Unis. Il est notamment connu pour ses bières, telles que Miller, Coors, Blue Moon, et aussi pour ses cidres et boissons gazeuses artisanales. Pour démarcher les bars et les restaurants, ses commerciaux étaient toujours en déplacement. Hélas, prisonniers d'une culture de reporting basé sur Excel, ils n'avaient pas les moyens de déterminer la fiabilité de leurs rapports. Il leur arrivait ainsi de passer à côté d'opportunités lucratives, car ils ne disposaient pas des outils adéquats pour les repérer.

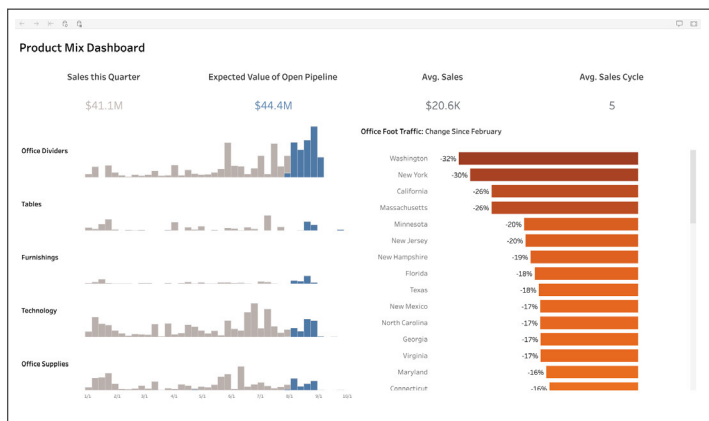
En seulement trois mois, MillerCoors est passé d'un projet pilote Tableau à un déploiement d'entreprise pour 300 commerciaux. Avec Tableau, l'équipe commerciale a maintenant une excellente visibilité sur l'ensemble de la clientèle et peut exploiter les opportunités qui se présentent. Un commercial de MillerCoors peut, sur un appareil mobile, trouver un tableau de bord en quelques minutes.

La communication avec le client s'en trouve simplifiée, ce qui lui donne un avantage concurrentiel important. Avant Tableau, il fallait extraire les données manuellement depuis un nombre astronomique de rapports Excel et souvent passer le week-end à essayer de les comprendre. L'équipe publie maintenant ses tableaux de bord des ventes sur Tableau pour une meilleure visibilité, mais aussi pour favoriser la collaboration et créer un esprit de saine concurrence entre les centaines de commerciaux.

[Lisez l'article](#)

## Optimisez vos cas d'utilisation

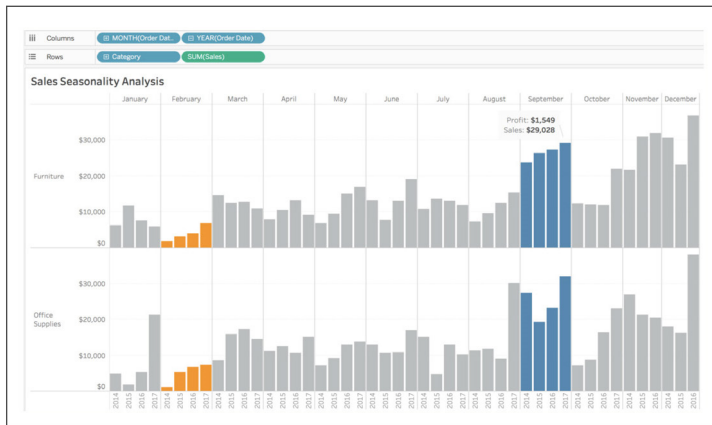
Que votre équipe travaille avec les données du CRM Salesforce ou d'autres systèmes, l'analytique Salesforce peut générer des insights qui optimiseront ses workflows et l'aidera à prendre des décisions data-driven. Voici quelques exemples de la manière dont les produits Salesforce peuvent aider votre équipe à relever les nouveaux défis du monde actuel.



### Potentiel de croissance et nouveaux objectifs :

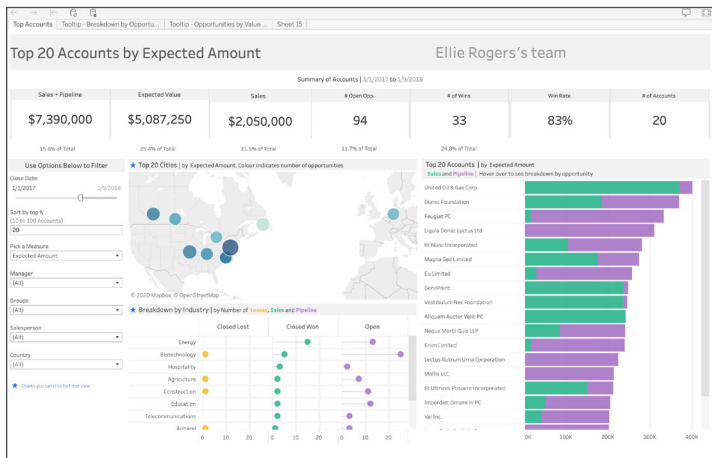
Intégrez des données supplémentaires liées aux ventes de produit, comme la distance jusqu'à vos magasins ou les délais d'expédition, pour identifier de nouvelles cibles et les domaines sur lesquels concentrer vos ressources.





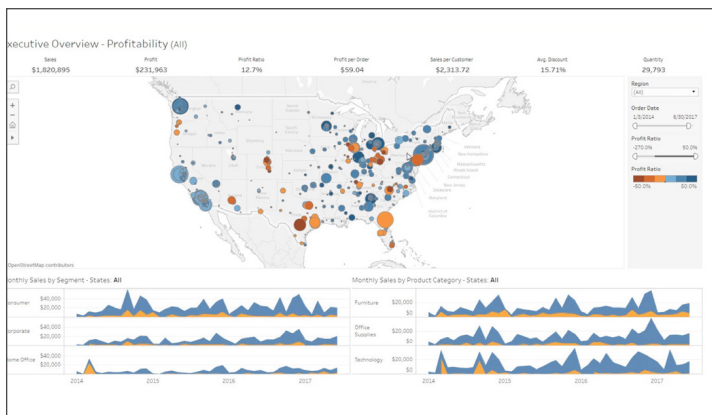
### Évaluation approfondie des risques de votre pipeline :

Utiliser des éléments visuels pour observer les tendances saisonnières vous donne la possibilité de prévoir et de planifier vos activités correctement. Vous pouvez également prendre des décisions en analysant les résultats des trimestres peu satisfaisants, des baisses estivales et des hausses de fin d'année. En voyant les mêmes mois civils les uns à côté des autres, il est facile de déceler les tendances cycliques qui influencent les hausses et les baisses des ventes.



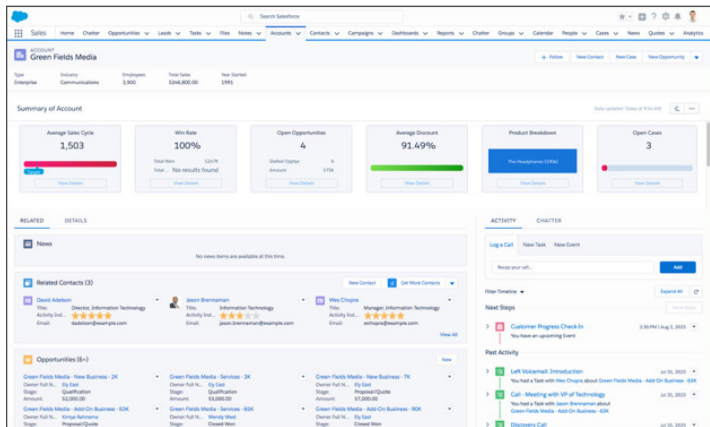
### Allocation des ressources pour les zones et les marchés :

Analysez les données historiques de vos ventes, les données géographiques et d'autres métriques comme le marché total potentiel pour déterminer au mieux comment allouer efficacement vos ressources humaines.



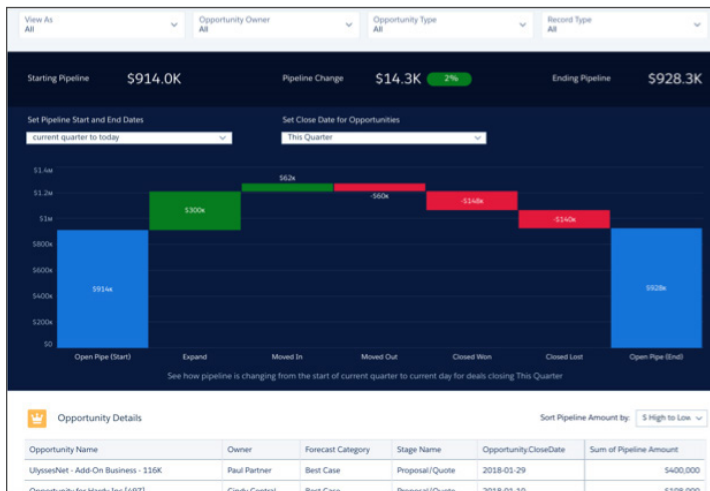
### Analyse de la rentabilité :

Une vente ne génère pas toujours de profit. Analysez votre rentabilité avec des tableaux de bord qui montrent les ventes et les bénéfices par segment, par gamme de produits et par région, ce qui permet aux responsables commerciaux d'identifier rapidement les activités de vente non rentables et d'agir immédiatement en conséquence.



### Découverte des meilleures pratiques :

Déterminez les pratiques les plus efficaces en analysant les performances de vente et les résultats par rapport aux quotas pour vos différentes équipes. Entraînez des modèles d'IA pour transmettre tous ces insights aux commerciaux et les aider à conclure leurs ventes plus rapidement.



### Écart par rapport au quota :

Créez des visualisations qui montrent l'écart par rapport au quota par produit ou type d'opportunité. Ajoutez des données historiques pour fournir plus de contexte et donner une idée des tendances à venir.

Ce n'est là qu'une partie des nombreuses façons possibles d'utiliser les données et l'analytique pour optimiser vos opérations commerciales, planifier votre stratégie, promouvoir les meilleures pratiques et mettre en place une équipe commerciale résiliente prête à affronter l'avenir.

## Oldcastle surveille 78 000 SKU pour mieux identifier les opportunités de vente

Oldcastle est l'un des plus importants fabricants de produits et de matériaux de construction. Avec 20 divisions et 206 sites en Amérique du Nord, Oldcastle a connu son premier succès avec Tableau en transformant un rapport mensuel de 500 pages en un tableau de bord accessible pour tous les employés de l'entreprise.

L'inventaire créé par l'équipe commerciale d'Oldcastle contient plus de 78 000 SKU. Il est donc essentiel de pouvoir identifier les pertes, surveiller les marges et saisir les opportunités rapidement et facilement. Mais adapter une solution à l'intégralité de la force de vente n'était pas si simple. Oldcastle peut désormais ajouter les données ERP et Salesforce dans Tableau. Ainsi, l'équipe commerciale a accès à toutes les données et peut les comprendre aisément.

Qu'il s'agisse des responsables commerciaux ou des membres de l'équipe de vente, tout le monde consulte les tableaux de bord Tableau pour suivre les quotas quotidiennement et mensuellement. Avoir accès aux informations exploitables fournies par les énormes quantités de données client est à la fois stimulant et utile, car cela permet aux commerciaux de mieux servir les clients.

Paul Lisborg, responsable BI, explique : « Désormais, un commercial qui consulte son tableau de bord peut voir ce qu'il a vendu la veille, ses performances du mois et ses résultats depuis le début de l'année. Il peut ensuite explorer les données pour observer les comportements des clients, ce qu'ils achètent et quelles sont les marges sur ces articles. »

[Lisez l'article](#)

## Êtes-vous prêt à maximiser le potentiel de vos données de vente ?

Pour faire face à la concurrence, satisfaire leurs clients et déterminer l'orientation de leur prochaine initiative, les organisations commerciales ont besoin d'un flot ininterrompu de données exploitables. Salesforce est là pour vous aider. Découvrez la suite complète de solutions analytiques Salesforce sur [salesforce.com/analytics](https://salesforce.com/analytics).

### Ressources supplémentaires pour bien démarrer :

[Mettre en place une culture de la donnée](#)

[Tableau Blueprint](#)

[Hub de données Tableau sur le COVID-19](#)

[Essai gratuit de Tableau](#)

[Vidéos de formation gratuites](#)

[À faire et ne pas faire dans vos tableaux de bord](#)