« LES OUTILS CRM, C'EST POUR LE GROSSES ENTRPRISES. »

ET 4 AUTRES RAISONS DE NE PAS INVESTIR DANS CEUX-CI.

Gérez tous vos contacts de manière centralisée et boostez votre activité grâce à un logiciel CRM.

Teamleader

En établissant des relations solides avec vos clients, vous vous assurez de les satisfaire. Dans le futur, ils auront plus vite tendance à se tourner vers vos produits ou services et ils vous recommanderont plus volontiers à leurs connaissances. De cette manière, vous renforcez votre position sur le marché, et ce, aussi bien à court qu'à long terme.

Très souvent, les informations clients sont soit perdues dans la tête de vos employés, soit éparpillées entre différents fichiers Excel. La question qui se pose alors est : pourquoi les dirigeants de PME n'utilisent-ils pas un outil qui pourrait leur faciliter la vie et leur permettre d'accélérer leur business en même temps? Il y a de nombreuses raisons à cela :

« Les outils CRM, c'est pour les grosses entreprises, pas pour les PME comme nous. »

« Nous connaissons déjà nos clients, nous n'avons pas besoin d'un tel outil. »

« Un tel outil CRM, ça a sûrement son prix. »

« Toutes nos données clients sont dans Excel, il ne nous faut rien de plus. »

« Le temps que tout le monde apprenne à maitriser ces logiciels, nous aurons déjà un an d'avance. »

Ces propos font écho en vous ? Alors vous êtes au bon endroit. Dans cet e-book, apprenez comment un outil CRM peut booster votre activité commerciale et améliorer la collaboration de vos équipes. Nous ne sommes pas les seuls à en être convaincus d'ailleurs, tous les dirigeants de PME que nous avons interrogés sont du même avis !

« **Les outils CRM, c'est pour les grosses entreprises, pas pour les PME comme nous.** »

Des startups aux multinationales, toutes les entreprises possèdent des données clients, prospectent et assurent une aide à leurs consommateurs après un achat... Autrement dit, tout le monde fait de la gestion de la relation client (GRC) mais souvent, cela se produit sans que vous en ayez réellement conscience. Un outil CRM a donc tout son intérêt, et ce, même dans les plus petites organisations. Cela peut donner un sérieux coup de boost à votre activité et permettre à vos équipes de mieux coopérer.

Le cœur de votre cycle de vente

Avoir de bonnes relations avec vos consommateurs, cela passe non seulement par le service client mais aussi par votre marketing et par vos ventes. Dès le premier contact avec un client et jusqu'à son acte d'achat, les entreprises tentent de **récolter un maximum de données** à son propos.

L'objectif : apprendre à connaître ses clients pour leur offrir un service excellent, créer des opportunités de vente croisée et incitative et, au final, vendre davantage.

Votre outil CRM : le point décisif de vos relations clients

- Données de facturation de l'entreprise
- Données, postes et rôles de vos collaborateurs
- Données commerciales
- Devis et factures, tâches, notes et comptes-rendus de réunions
- Prise de contact
- ...

92 %

Une meilleure expérience client est la raison principale pour laquelle vous devriez investir dans un outil CRM. En effet, pas moins de 92 % des entreprises estiment qu'un tel logiciel est crucial pour mettre **vos clients au centre de vos préoccupations**. (source : Super Office)

Bien plus que de simples données clients

Un logiciel CRM ne rassemble pas uniquement les informations de vos clients. Cela concerne toutes les parties prenantes de votre entreprise telles que vos fournisseurs, vendeurs et partenaires... en bref, **tous vos contacts**. Ces données, essentielles pour votre marketing, vos ventes, votre administration et votre service client, sont **centralisées en un seul lieu** pour permettre à toute votre équipe d'y accéder facilement.

« On revient de loin, mais aujourd'hui, j'ai une vision globale des ventes mensuelles et de celles à venir. »

Qui ? Thomas Maxheim, fondateur de l'agence Waouh
Quoi ? Il crée des contenus digitaux et print
Travaille avec Teamleader depuis ? 2017
Challenges ? Suivi de la facturation client

Lisez le témoignage complet de Thomas.

Obtenez des bonnes intelligences de vos propres données.
En savoir plus
Teamleader

« Nous connaissons déjà nos clients, nous n’avons pas besoin d’un tel outil. »

Pour apprendre à connaitre vos clients, rien de tel que le contact, le vrai. Mais si toutes les informations à leur propos sont uniquement dans la tête d’un de vos employés, ça se complique… Avec une clientèle grandissante, vous pourriez facilement perdre pied, ce qui entraînerait une certaine frustration au sein de votre équipe, et au final, auprès de vos clients. C’est pour éviter cela qu’un outil CRM rassemble toutes les données de vos projets et les rend accessibles pour tous.

Communiquez de manière ciblée et personnalisez votre offre

Taille de l'entreprise, secteur, événements, documents... Dans un outil CRM, vous renseignez bien plus que de simples données de facturation. Ce sont toutes ces informations qui vous permettent ensuite d'**approcher vos prospects de manière très ciblée**, et ce, avec une offre adaptée à leurs besoins, comme par exemple une lettre d'information concernant leur secteur ou une invitation à une séance d'information dans leur domaine d'intérêt.

Résultat ? Vos clients vous sont reconnaissants ! Au moins, ils ne sont pas bombardés d'informations dont ils n'ont que faire. Grâce à une communication ciblée et des services personnalisés, vous comblez les attentes de vos consommateurs et à l'avenir, ils seront ravis de revenir vers vous.

Transformez vos contacts en (potentiels) clients.

Dès qu'une personne vous donne l'accès à ses données (pour s'abonner à une lettre d'information, recevoir une brochure ou en savoir plus sur vos produits, par exemple), elle est immédiatement qualifiée de lead, aussi appelé prospect en marketing. Grâce à la gestion de prospects, vous vous occupez de potentiels clients qui sont non seulement actifs mais qui ont surtout déjà démontré un intérêt pour vos produits et services.

Le but final de la gestion de prospects est de les transformer en clients. Cette passerelle entre le marketing et la vente est la conversion. Attention cependant car un simple e-mail ou un appel téléphonique ne suffit pas. C'est un processus à long terme qui demande beaucoup d'attention et une bonne base de données, évidemment.

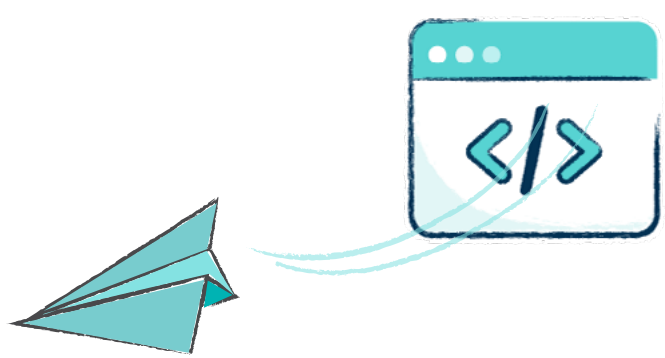
En savoir plus sur la gestion de prospects.

Planifiez et collaborez efficacement

Des ventes et du marketing jusqu'au service après-vente en passant par la comptabilité, votre base de données centralise les informations de tous vos contacts et représente un **outil de travail essentiel pour vos collaborateurs**. Le rassemblement de toutes ces données dans un outil CRM facilite nettement l'accès et permet à vos employés de travailler de manière optimale.

Optez pour des intégrations intelligentes

Un système CRM possède tout un tas de fonctionnalités permettant à vos employés de collaborer plus facilement, et ce, même à distance. Pour ce faire, il existe des outils qui s'intègrent parfaitement à leurs agendas, par exemple. Ainsi, tout le monde a toujours une vue d'ensemble du calendrier de l'équipe, des tâches à accomplir et des actions clients. Comme ça, si un employé quitte le navire, n'importe qui peut reprendre la barre.



75 %

Depuis le début de la crise du coronavirus, trois dirigeants d'entreprise sur quatre confient avoir accéléré leurs investissements dans de tels logiciels. Le but étant, pour eux, de permettre à leurs équipes de mieux coopérer et de pouvoir gérer les relations clients, le tout à distance.

Anticipez vos ventes et mesurez vos performances

Où en sont mes ventes ? Quel pourcentage de prospects ai-je transformé en clients ? Comment mon équipe prospecte-t-elle ? Qu'est-ce que cela me rapporte ? Centraliser toutes vos données **facilite l'estimation de vos revenus** et vous permet de prendre des décisions éclairées et justifiées. Aussi, en suivant et en analysant les performances de vos collaborateurs, vous pouvez les aider à tirer le meilleur parti de leur travail.

« On n'a pas beaucoup de clients mais on les a durablement. »

Qui ? Franck Bennardi, Chief Executive Officer de Biggerband
Quoi ? Agence de communication digitale
Travaille opérationnellement avec Teamleader depuis ? 2021
Plus grand défi ? Conseiller les clients pour gagner leur confiance durablement

Lisez le témoignage complet de Franck.

« Un tel outil CRM, ça a sûrement son prix. »

Les fournisseurs de solutions CRM proposent généralement des frais de licence par utilisateur. Vous doutez qu'un tel investissement en vaille réellement la peine ? Voyez combien d'heures par mois vos employés doivent consacrer à la mise à jour de vos données clients, au suivi des prospects, à la création de listes de diffusion, etc. Vous verrez que ce nombre est assez élevé. L'intérêt d'un outil CRM est justement de faciliter toutes ces tâches.

Gagnez du temps grâce à l'automatisation

Répondre aux mails de vos clients, créer des devis et des factures sur Word, les convertir en PDF ou encore analyser des statistiques sur Excel... Faire des affaires implique beaucoup de tâches administratives répétitives et chronophages. Ces tâches, vous pourriez les automatiser grâce à un outil CRM et ainsi, **gagner du temps**.

Autre avantage : **le risque d'erreur est réduit**, ce qui - en plus de représenter un gain de temps - vous permet d'éviter une frustration de vos équipes ou de vos clients. Vous pouvez ainsi consacrer le temps économisé à ce qui importe réellement : votre entreprise, vos contacts et surtout, votre temps libre.

« Je pense sincèrement que nous avons économisé au moins 75 % du temps consacré à la facturation. »

Qui ? Quentin de Braekeleer, Head of Operations de Digitag
Quoi ? Crée du contenu orienté UX et UI
Teamleader depuis ? 2021
Plus grand défi ? Suivi client : du brief à la facturation, en passant par les conseils

Lisez le témoignage complet de Quentin.

Ne perdez plus jamais un seul prospect

Avec un outil CRM solide, ayez une vue d'ensemble de toutes vos opportunités de vente : en cours, perdues ou gagnées et assurez ainsi un suivi de vos clients des plus précis. Grâce à une telle organisation, **vous ne perdrez plus jamais un seul prospect** et vos clients recevront l'attention qu'ils méritent en temps voulu. En plus de vous faire gagner du temps, un outil CRM peut donner un réel coup de pouce commercial à votre entreprise.

+35 %

D'après nos statistiques, les entreprises qui utilisent le logiciel CRM Teamleader vendent jusqu'à 35 % de plus, et ce, 23 % plus rapidement. Sur 16 jours, 2 offres sur 4 sont conclues et sur 50 jours, ce chiffre s'élève à 3 sur 4. (Source : Teamleader Research).

« Toutes nos données clients sont dans Excel, il ne nous faut rien de plus. »

Stocker ses données clients dans Excel, c'est un réflexe que pas mal d'entreprises ont. Pourquoi ? Parce que c'est facile à utiliser et que tout le monde peut travailler avec des feuilles de calcul… mais surtout parce que c'est inclus dans le pack Microsoft. C'est compréhensible mais il y a un petit couac : Excel, c'est conçu comme un tableur, pas comme une base de données CRM.

Pourquoi Excel n'est pas un bon outil CRM

1. Sujet aux erreurs

Encodage, mise à jour ou suppression de données... dans une feuille de calcul, tout ça doit se faire manuellement. Comme l'erreur est humaine, le risque d'en faire est assez élevé et si ça arrive, vous devrez faire face à de la frustration non seulement de la part de vos employés mais aussi de vos clients.

2. Chronophage

Outre le fait de devoir encoder vos données, les analyser (via des statistiques de vente, par exemple) et facturer votre travail demande du temps. Et ça, c'est parce que vous ne pouvez pas - ou peu - automatiser les processus dans Excel.

3. Vieux jeu

La croissance de votre entreprise entraine inévitablement celle de votre base de données clients et fournisseurs. À terme, il vous sera impossible de visualiser toutes vos opportunités de vente via une seule feuille de calcul Excel. De même pour vos rendez-vous et appels clients qui se fondront dans la masse et que vous perdrez plus rapidement de vue.

+17 %

Les équipes de vente qui utilisent un outil CRM sont réputées pour être jusqu'à 17 % plus satisfaites que celles qui n'en utilisent pas. (Source : LinkedIn).

« J'arrivais au bout d'Excel, et en même temps, je recrutais. C'était une perte de temps. »

Qui ? Julie Philippe, dirigeante de l'agence Majescom
Quoi ? Met en place des stratégies digitales pour les entreprises
Teamleader depuis ? 2018
Plus grand défi ? Gestion et suivi de projets

Lisez le témoignage complet Julie.

Comment bien choisir son logiciel CRM

Quels sont vos objectifs ?

La stratégie peut vous sembler coûteuse mais choisir le bon CRM commence par une question simple : que voulez-vous obtenir grâce à un tel outil ? Une meilleure satisfaction client ? Leur fidélisation ? Davantage d'opportunités de vente ?

> **Comment construire une bonne stratégie CRM ?**
> En savoir plus

De quoi avez-vous besoin ?

Chaque objectif de votre stratégie est lié à des **fonctionnalités spécifiques** à un logiciel CRM. Par exemple, si votre but est de travailler sur la fidélisation de vos clients, il sera important que vous déterminiez d'abord lesquels sont les plus rentables pour votre entreprise. En effet, avant de capitaliser sur des opportunités de vente, il faut définir les prospects qui sont intéressants pour vous. Pour faire simple, **trouvez ce dont vous avez besoin** et cherchez la solution qui réponde le mieux à vos attentes.

Notre checklist pour bien comparer des outils CRM

- Est-ce simple d'utilisation ?
- Est-ce facile à mettre en place ?
- Le logiciel nous fournit-il des données qui nous aident à prendre des décisions éclairées ?
- Combien de collaborateurs peuvent utiliser cet outil ? Comment cela se passe-t-il si on souhaite en ajouter dans le futur ?
- Quel gain de temps cet outil va-t'il me procurer ?
- Quelles sont ses possibilités d'intégration à d'autres logiciels (support, finances, marketing...) ?
- Combien cela va-t'il me coûter ?

« Le temps que tout le monde apprenne à maitriser ces logiciels, nous aurons déjà un an d'avance. »

Chez Teamleader, notre mission est de vous encourager à travailler plus intelligemment. Grâce à notre outil simple et intuitif, nous avons déjà aidé plus de 12 000 entrepreneurs à gagner du temps. En leur ayant offert la possibilité de centraliser leurs ventes, leur facturation et leur organisation, nous leur avons permis de se concentrer sur ce qui comptait vraiment.

Vendre

Teamleader vous offre une vue d'ensemble de vos opportunités de vente en cours, gagnées ou perdues. Ainsi, vous pouvez automatiser votre processus de vente et proposer un service professionnel avec des devis personnalisés. Les résultats parlent d'eux-mêmes : les entreprises qui travaillent avec Teamleader vendent jusqu'à 35 % de plus, et ce, 23 % plus rapidement.

En savoir plus sur la vente avec Teamleader Focus

Facturer

Créez facilement des factures, obtenez un aperçu du travail effectué et soyez payé plus rapidement. En vous indiquant les heures prestées, Teamleader vous aide à savoir ce que vous devez facturer et quand.

En savoir plus sur la facturation avec Teamleader Focus

Organiser

Teamleader vous permet de travailler mieux et plus intelligemment en vous donnant la possibilité de gérer toute votre administration dans un seul et même outil. Grâce à cela, vous collaborez facilement avec toute votre équipe et vous gardez toujours une vue d'ensemble de vos projets, budgets et délais.

En savoir plus sur l'organisation avec Teamleader Focus

Teamleader

Pourquoi faire le choix Teamleader ?

10
ans d'expérience

+200
intégrations possibles

15 000
entrepreneurs à nos côtés

★★★★

Nos clients évaluent la qualité de notre service avec une note de 4,2/5 sur Google Reviews

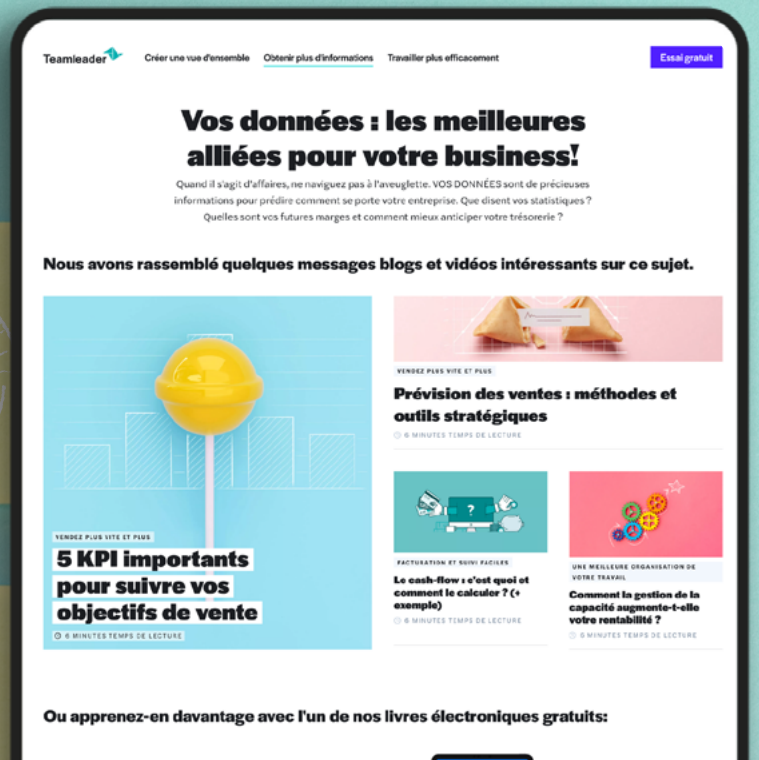
Google

Envie de tenter l'aventure ?

Teamleader Focus donne aux entreprises un avantage essentiel : toutes les données sont centralisées, ce qui vous donne des informations précieuses. Suivez les performances de votre équipe et de votre entreprise, connaissez toujours votre situation financière et prédisez même vos revenus.

Démarrez votre essai gratuit de 14 jours

Vous en voulez plus ?

En cliquant sur le lien ci-dessous, vous trouverez des messages blog, des e-books et des vidéos qui vous aideront à tirer des enseignements de vos propres données.

En savoir plus