



CRM

8

CONSEILS

POUR UNE MISE EN

ŒUVRE RÉUSSIE DU CRM



## NOS 8 CONSEILS

- 
- 1** Utilisez un système CRM

---

  - 2** Personnaliser le CRM à votre image

---

  - 3** Oubliez les fonctions dont vous n'avez pas besoin, simplifier votre CRM

---

  - 4** Automatiser votre routine. Utilisez votre temps pour ce qui est important.

---

  - 5** Assurer la sécurité des données

---

  - 6** Connecter les pièces du puzzle

---

  - 7** Analyser, s'améliorer

---

  - 8** Réviser, réorganiser et redécouvrez

---

## 8 CONSEILS POUR UNE MISE EN ŒUVRE REUSSIE DE LA GESTION DE LA RELATION CLIENT (CRM)



*Le marché mondial des logiciels de gestion de la relation client (CRM) devrait atteindre 48,4 milliards de dollars d'ici 2020, sous l'impulsion des préoccupations croissantes des entreprises face aux taux élevés de la clientèle....*

*Nouveau rapport de Global Industry Analysts, Inc.*

Les entreprises du monde entier ont pris conscience de l'importance d'un système CRM. Quand presque chaque entreprise utilise une forme ou une autre de CRM, on constate que de nombreux outils ne sont pas utilisés à leur véritable potentiel, ou encore, pas utilisés du tout.

Lorsque vous achetez un système CRM, il peut être bon de commencer avec un minimum d'utilisation et de saisie de données. Toutefois, à long terme, si vous attendez un bon retour sur investissement de votre CRM, vous devrez tirer le meilleur parti de toutes les fonctionnalités disponibles en fonction de vos besoins métier, tout en restant attentif à l'évolution de la dynamique et des tendances du marché CRM.

Si vous pensez que votre travail est terminé après avoir déployé votre CRM, repensez-y, ça ne fait que commencer.

**Voici huit conseils utiles pour vous aider à utiliser votre CRM de la meilleure façon possible, à améliorer votre productivité et à obtenir un rendement beaucoup plus élevé sur votre investissement.**

## UTILISEZ UN SYSTEME CRM

Bien que vous, en tant que gérant ou directeur informatique, soyez convaincu de l'utilité d'un outil CRM, assurez-vous de communiquer ses avantages à tous les utilisateurs que vous envisagez.

Après tout, le but d'un CRM est de faciliter la vie de votre équipe de vente. Vous ne verrez pas les avantages réels du déploiement d'un système CRM à moins qu'il ne soit utilisé de A à Z.

Ce conseil est important, c'est pourquoi il vient en premier, les 7 autres sont entièrement basés sur l'utilisation de votre système CRM.



**Le changement est difficile au début, désordonné au milieu, et magnifique à la fin.**

ROBIN SHARMA, Fondateur de Sharma Leadership International (SLI)

Bien qu'il puisse prendre un certain temps pour les utilisateurs de s'habituer au nouveau système, plus ils utilisent le CRM, plus celui-ci ajoute de la valeur à votre entreprise. Pour comprendre le fonctionnement de votre CRM, il faut y prêter attention.

### **Voici quelques suggestions pour encourager votre équipe à adopter un système de CRM plus rapidement :**



Utilisez des groupes de discussion pour évaluer différents outils de gestion de la relation client et incluez leurs commentaires durant votre décision.



Intégrez tous les utilisateurs dans le système CRM et assurez-vous que tout le monde l'utilise quotidiennement.



Regardez et distribuez des vidéos de formation qui aideront les représentants à comprendre comment utiliser le système efficacement.

Rendre le système de gestion de la relation client plus facile pour les utilisateurs :



- Garder toutes les entrées de formulaire aussi minimales que possible
- Avoir le moins de champs obligatoires possible
- Avoir des informations contextuelles complétées à chaque étape au lieu de passer par le formulaire complet pour chaque mise à jour



Implantez un workflow de conversion de prospects dans votre CRM dès le début. Si vous passez par cette étape, vous vous assurerez qu'un processus clair est en place pour que tout le monde, des cadres supérieurs aux nouveaux employés.

## #2 PERSONNALISER LE CRM A VOTRE IMAGE

Un CRM personnalisé fait une énorme différence pour votre entreprise. C'est ce qui le fait passer du CRM à *votre* CRM. En configurant le CRM comme le fonctionnement de votre entreprise, vous familiarisez immédiatement les utilisateurs. S'il leur est plus familier, ils seront plus susceptibles de l'adopter.

Par exemple, si vous êtes dans l'immobilier, les modules de nommage et les champs "Appartements", "Propriétaires de maison", "Acheteurs", etc. aide les utilisateurs à connaître leur chemin dans le système.

**Avant de personnaliser votre CRM, il est important de réfléchir d'abord à ces cinq questions :**



Qui sont les principaux intervenants de mon entreprise ?

D'où viennent mes prospects ?

Quelles informations dois-je récupérer dans mon CRM pour mes prospects ?

Quel est mon processus de conversion de prospects et quelles sont les étapes à suivre ?

Quels sont les modèles (e-mail, facture ou fusion de courrier) impliqués dans mes transactions commerciales ?

La personnalisation peut se faire en fonction de l'organisation et aussi en fonction des utilisateurs.

Tout comme vous pouvez personnaliser le CRM pour qu'il reflète l'ensemble de vos processus d'affaires, chaque utilisateur peut également le personnaliser en fonction de ses préférences et de ses besoins personnels.

## OUBLIEZ LES FONCTIONS DONT VOUS N'AVEZ PAS BESOIN, SIMPLIFIEZ VOTRE CRM

**Le retour sur investissement n'est pas toujours une question de profits. Il est tout aussi important de se protéger des coûts potentiels.**

Soyez toujours clair sur ce que vous attendez de votre système CRM. Il pourrait y avoir beaucoup de fonctionnalités qui seraient vraiment utiles pour votre entreprise.

Par exemple, si votre entreprise implique beaucoup d'appels de clients et de transactions traditionnelles en face à face, vous n'avez probablement pas besoin de renseignements sur le site Web. Si votre site Web n'est pas une source majeure de prospects, mais que vous dépensez encore de l'argent pour des informations sur les visiteurs et des outils de chat en direct, vous courez le risque de compliquer inutilement votre CRM en y ajoutant des fonctionnalités qui ne sont pas essentielles. Restez concentré. "Est-ce que ces fonctions ajoutent vraiment de la valeur à mon entreprise ?"

**Voici quelques points supplémentaires à garder à l'esprit :**



Ne laissez jamais un fournisseur définir vos besoins d'entreprise. Parlez aux employés de plusieurs équipes et comprenez leurs priorités.



Ne déployez que des fonctionnalités qui sont vraiment nécessaires pour votre entreprise, et assurez-vous de ne pas dépenser d'argent supplémentaire pour tout ce qui n'est pas absolument nécessaire.



Lorsque votre fournisseur de CRM vous dit quelque chose du genre "Croyez-moi, c'est exactement ce dont vous avez besoin pour votre entreprise", ne lui donnez pas le bénéfice du doute. Essayez la fonctionnalité par vous-même, puis décidez.

## AUTOMATISER VOTRE ROUTINE.

#4

### UTILISEZ VOTRE TEMPS POUR CE QUI EST IMPORTANT

Avoir une solution CRM réduit la plupart des tâches de routine que vous effectuez normalement manuellement, vous donnant amplement le temps de vous concentrer dans les domaines qui comptent le plus.

Par exemple, il y a certaines actions que les commerciaux font juste après la visite de leurs clients, comme :



- Envoyer un email de suivi aux clients
- Mettre à jour un champ d'état de la transaction
- Créez une tâche à suivre avec un appel dans quelques jours si le client ne répond pas.

En moyenne, un commercial passe 15 minutes après chaque visite à accomplir ces tâches répétitives, soit environ une heure par jour.

En facilitant l'envoi de suivis rapides, l'automatisation vous permet non seulement de gagner du temps, mais aussi de garder vos clients engagés avec votre marque et non avec celle de vos concurrents. Passez en revue votre processus de vente, identifiez les tâches répétitives et automatisez-les.

**Voici quelques suggestions pour commencer à automatiser et rationaliser votre processus :**



Automatisez l'envoi d'e-mail à vos prospects lorsqu'ils s'inscrivent ou remplissent votre formulaire de Contact.



Automatiser l'affectation des prospects et des tâches de suivi aux commerciaux.



Créez des règles de workflow et associez certaines actions devant être déclenchées par des conditions spécifiques.

## ASSURER LA SECURITE DES DONNEES

Votre entreprise traite des informations sensibles et confidentielles sur vos clients, qu'il s'agisse d'une simple adresse électronique, d'une demande de prix ou autre. Par conséquent, il est très important de s'assurer que les données de votre CRM sont sécurisées.

**Voici une liste des mesures de contrôle que vous pouvez effectuer pour assurer la sécurité de votre compte CRM :**



Définissez des restrictions au niveau IP et assurez-vous que vos données ne sont accessibles qu'à partir de réseaux sélectionnés et sécurisés.



Activez une couche de sécurité supplémentaire, comme l'authentification à deux facteurs, pour sécuriser votre compte avec la combinaison d'un mot de passe et d'un appareil mobile. Cela protège vos données et réduit les risques de piratage de votre compte.



En fonction de la hiérarchie des rôles de votre organisation, assurez-vous que vous disposez de différents niveaux d'accès aux données pour les utilisateurs, les administrateurs, etc. Définissez des rôles et des groupes clairs dans votre CRM.



Définissez les permissions de données pour les différents rôles et partagez les documents très soigneusement.



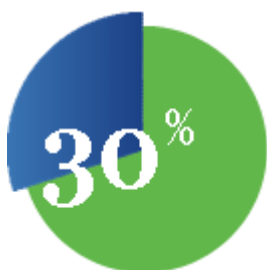
Assurez-vous d'exécuter des sauvegardes de données à intervalles réguliers pour vous assurer qu'aucune donnée n'est perdue.



## CONNECTER LES PIÈCES DU PUZZLE

Les entreprises ne s'exécutent plus sur une seule application. Vous avez votre site Web, votre fournisseur de services de mail, vos sites de médias sociaux et beaucoup d'autres applications en jeu.

Avec chaque application que vous utilisez, vous laissez des informations sur vos clients et vos transactions commerciales. Mais tant que l'information est dispersée, vous ne serez jamais en mesure d'obtenir une image de votre propre entreprise, et encore moins de donner une expérience client incroyable. Semblable à un puzzle, ce n'est que lorsque vous connectez toutes les pièces que vous obtenez l'image complète.



30 % des spécialistes du marketing affirment que le fait d'avoir des sources de données disparates est la principale raison pour laquelle ils ne peuvent pas obtenir des informations utiles à partir des données clients.

Prenons un exemple. **Lorsque votre système CRM est intégré à votre système de messagerie, vous pouvez :**



Envoyez et recevez des e-mails dans votre CRM.



Conservez tous les mails de vos clients dans le CRM pour communiquer avec le contexte.



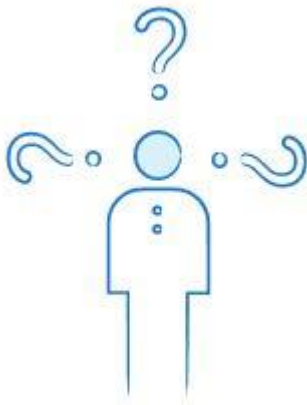
Vérifiez les taux d'ouverture des mails et filtrez les prospects en fonction de leur niveau d'intérêt.



Obtenir des rapports sur l'analyse des e-mails et trouvez les modèles d'e-mails les plus performants par taux de clics, taux d'ouverture, rebond, etc.

Pour ces raisons, nous vous recommandons de garder votre CRM comme plate-forme centrale pour toutes vos transactions et échanges avec vos prospects et clients. Plus vous introduisez de données dans le système, plus vous pouvez en tirer des informations. Qu'il s'agisse d'un appel téléphonique, d'un mail, d'un billet d'assistance ou d'une mention sur les médias sociaux, assurez-vous que toutes les données sont saisies dans votre CRM. Comment tu fais ça ?

**Réfléchissez d'abord à trois questions simples :**



Où mes prospects me trouvent-ils pour faire des affaires ?

Où puis-je trouver mes prospects ?

Comment communiquer avec mes prospects et clients, ou par quels canaux ?

Une fois que vous avez les réponses à ces questions, assurez-vous que votre CRM est prêt à capturer automatiquement les informations de chacun de ces supports. Visitez le marché de votre fournisseur CRM et explorez ses intégrations avec des tiers.

## ANALYSER, S'AMELIORER



Près de 60 % des répondants ont déclaré que la principale raison pour laquelle ils avaient besoin d'un CRM était d'avoir une base de données clients centralisés. *Une étude récente menée par Capterra*

De nombreuses entreprises utilisent encore leur CRM simplement pour stocker les informations sur leurs clients. Mais un CRM peut faire beaucoup plus que cela. Vous serez étonné de voir tout ce que vous pouvez apprendre de vos propres données d'affaires qui pourraient vous aider à analyser votre entreprise actuelle et à planifier pour l'avenir. Des fonctions comme les rapports, les tableaux de bord, les prévisions, etc. facilitent et rendent plus efficace la planification de l'avenir.

### Ils vous aident à trouver des réponses à des questions telles que :

Combien d'autres transactions dois-je conclure pour atteindre mon quota ?

Quel est le rendement de mon équipe ?

Quelle est la durée moyenne du cycle de vente ?

Quelles sont mes prévisions de ventes pour le prochain trimestre ?

Comment mon entreprise se porte-t-elle par rapport à la même période l'an dernier ?

### Assurez-vous que vous :



Utilisez largement les rapports, les tableaux de bord et les modules de prévision.



Créez des rapports personnalisés qui analysent ce que vous devez connaître.



De nombreux outils introduisent l'intelligence artificielle. En fournissant des interprétations et des solutions basées sur la performance pour vos équipes et vos commerciaux, l'intelligence artificielle peut faire toute la différence dans l'analyse de votre entreprise.

## REVISEZ, REORGANISEZ ET REDECouvrez

Dernier point, et non des moindres : Soyez toujours à l'affût des tendances du marché. Gardez l'œil ouvert pour les mises à jour majeures des fonctionnalités de votre fournisseur CRM. Il n'est pas sage de s'en tenir en permanence au même ensemble de caractéristiques. Vous ne pouvez pas répondre aux attentes de vos clients avec un système CRM obsolète. En fin de compte, vous les perdriez au profit de concurrents qui perçoivent les tendances du marché plus rapidement.

### Rappelez-vous ces points importants :



Adoptez rapidement les nouvelles fonctionnalités de votre CRM. C'est normal d'expérimenter et d'échouer, mais la clé en affaires est d'échouer rapidement et de comprendre ce qui fonctionne le mieux pour vous.

---



De temps en temps, prenez le temps de revoir votre configuration. Supprimez les anciens rapports ou tableaux de bord qui ne fonctionnent plus pour vous. Créez de nouveaux workflows là où c'est nécessaire.

---



Rencontrez vos commerciaux pour comprendre les difficultés qu'ils rencontrent dans l'utilisation du CRM. Leurs réactions sont très importantes.

---



Utilisez les alertes Google pour des mots-clés spécifiques. Vous recevrez des alertes instantanées de Google sur toutes les nouvelles concernant ces sujets.

---

## **Au fur et à mesure que l'industrie du CRM continue de croître, assurez-vous de profiter de sa croissance pour alimenter la vôtre.**

N'hésitez pas à parler aux experts CRM en cas de doute. Ces personnes peuvent être vos propres directeurs des ventes, le fournisseur de CRM avec qui vous décidez d'aller, ou d'autres propriétaires de petites entreprises qui utilisent également un CRM. Recherchez de l'aide en ligne et hors ligne. Participez aux discussions du forum où vous pouvez poser des questions et poster des réponses. Voyez si votre fournisseur CRM a un site où les utilisateurs peuvent poser des questions et s'entraider. Profitez des ateliers et des conférences d'utilisateurs pour rencontrer plus d'utilisateurs comme vous et partager des idées précieuses.

Si vous configurez votre système CRM pour qu'il fonctionne comme vous le faites, quel que soit le système CRM que vous choisissiez, il vous aidera à offrir une expérience client exceptionnelle, ce qui, en retour, vous aidera à générer d'excellents revenus.



**NOUS SOMMES LÀ POUR VOUS AIDEZ !**

Retrouvez-nous sur notre site web ou bien contactez-nous par téléphone :

[www.vivasoft.fr](http://www.vivasoft.fr)

05.81.63.05.71