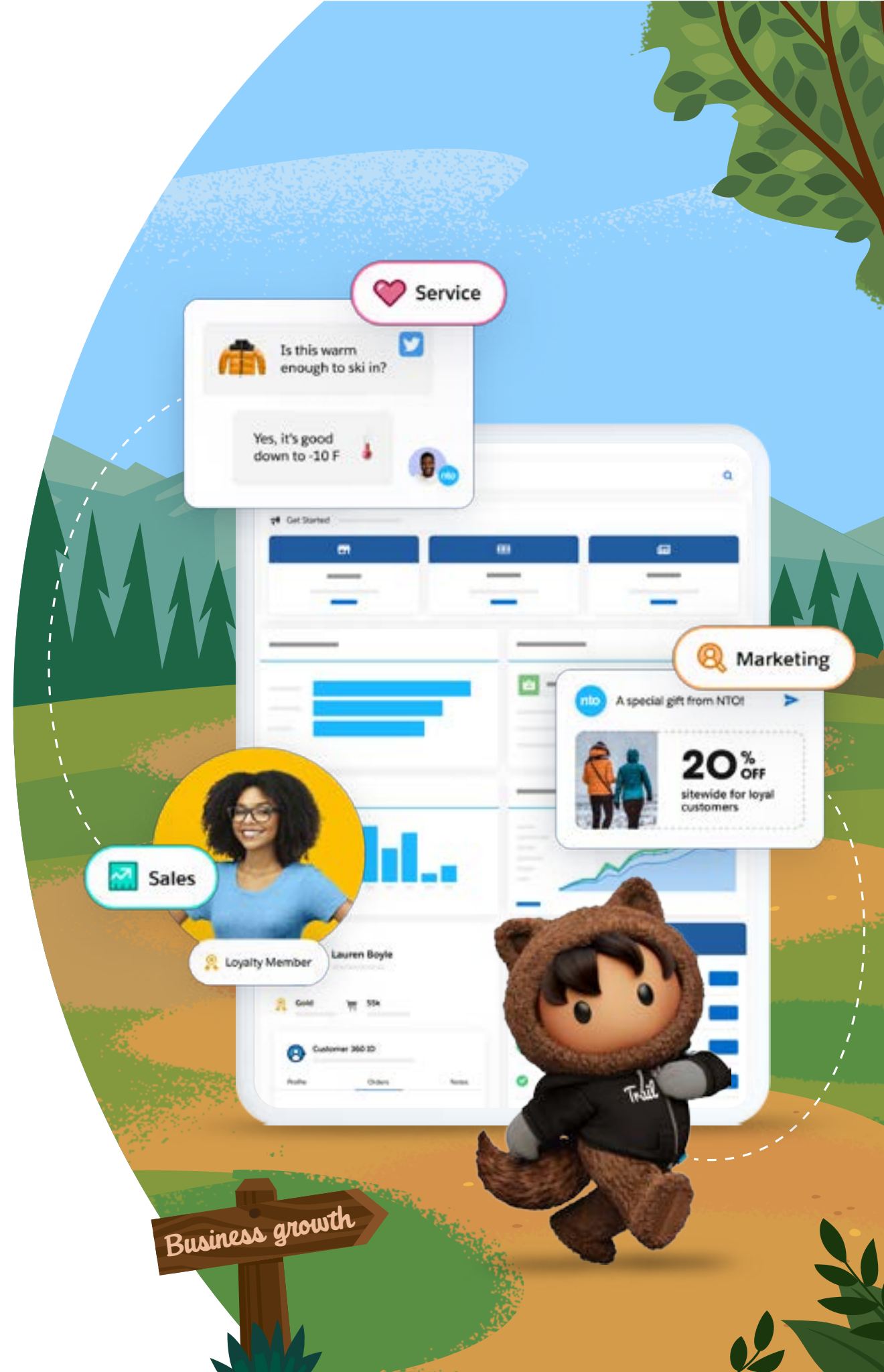


salesforce

Le guide du CRM pour les débutants

Comment développer votre entreprise
à l'aide d'une technologie de gestion de
la relation client ?



Sommaire

Introduction : Qu'est-ce qu'un CRM ?	3
Chapitre 1 : Pourquoi vous avez vraiment besoin d'une solution CRM	4
Chapitre 2 : Comment un CRM favorise la croissance de votre entreprise	5
Chapitre 3 : Comment élaborer une stratégie CRM efficace	9
Chapitre 4 : Choisir le CRM adapté à vos besoins et objectifs	11
Conclusion : Maximiser le retour sur investissement de votre CRM	16



Introduction : Qu'est-ce qu'un CRM ?

« CRM » est l'acronyme de « Customer Relationship Management » (gestion de la relation client). Il s'agit d'une technologie permettant de stocker et de gérer sur une plateforme unique l'ensemble des données relatives aux relations et aux interactions de votre entreprise avec ses clients et ses prospects. Il ne s'agit pas simplement d'un carnet d'adresses un peu sophistiqué. Le CRM est l'un des outils commerciaux les plus précieux et les plus susceptibles de changer la donne, en raison de sa capacité à exploiter les données de vos clients.

L'objectif d'un CRM est simple : optimiser les relations commerciales pour développer votre entreprise. Un système CRM aide les entreprises à interagir en permanence avec les clients, à rationaliser leurs processus et à améliorer leur rentabilité. Il permet de stocker, de suivre et d'analyser les informations relatives aux clients et aux prospects au sein d'un système d'enregistrement unique, notamment les coordonnées et les données sur les comptes, les opportunités de vente, les demandes

d'assistance auprès du service client, les commandes passées en ligne et les campagnes marketing. Comme les données sont regroupées sur une seule plateforme, les entreprises disposent d'une vue complète de leurs clients ainsi que de leurs prospects. Celle-ci peut être transmise à toutes les équipes de l'entreprise qui pourront en faire usage en temps réel. Par ailleurs, en intégrant l'IA dans votre CRM, vous pourrez obtenir des insights plus détaillés, optimiser la prise de décision et enrichir l'expérience client, tout en réduisant vos coûts.

Un CRM permet également aux PME de soutenir la concurrence d'entreprises de taille supérieure et bien établies.

EN SAVOIR PLUS



Pourquoi vous avez vraiment besoin d'une solution CRM

Au tout début d'une entreprise, une feuille de calcul ou un carnet de notes peuvent suffire à consigner des informations sur les clients et les commandes à traiter. À mesure que votre entreprise se développe, ce type de registres devient non seulement difficile à tenir, mais il peut également vous faire perdre du chiffre d'affaires et des clients, en plus de vous priver de nouvelles ventes.

Est-ce le moment d'investir dans une solution CRM ? Voici quelques pistes de réflexion pour vous aider à faire votre choix. Si l'un des éléments figurant dans cette liste non exhaustive s'applique à votre situation, alors la piste d'un CRM mérite d'être explorée afin que votre entreprise identifie, séduise et fidélise encore plus efficacement de nouveaux clients.

Découvrez comment des entreprises actives sur différents marchés se servent d'un CRM pour mener à bien leurs opérations.

EN SAVOIR PLUS

Est-ce le moment d'investir dans une solution CRM ?

Si vous cochez au moins cinq de ces affirmations, vous devriez envisager de vous doter d'un CRM.

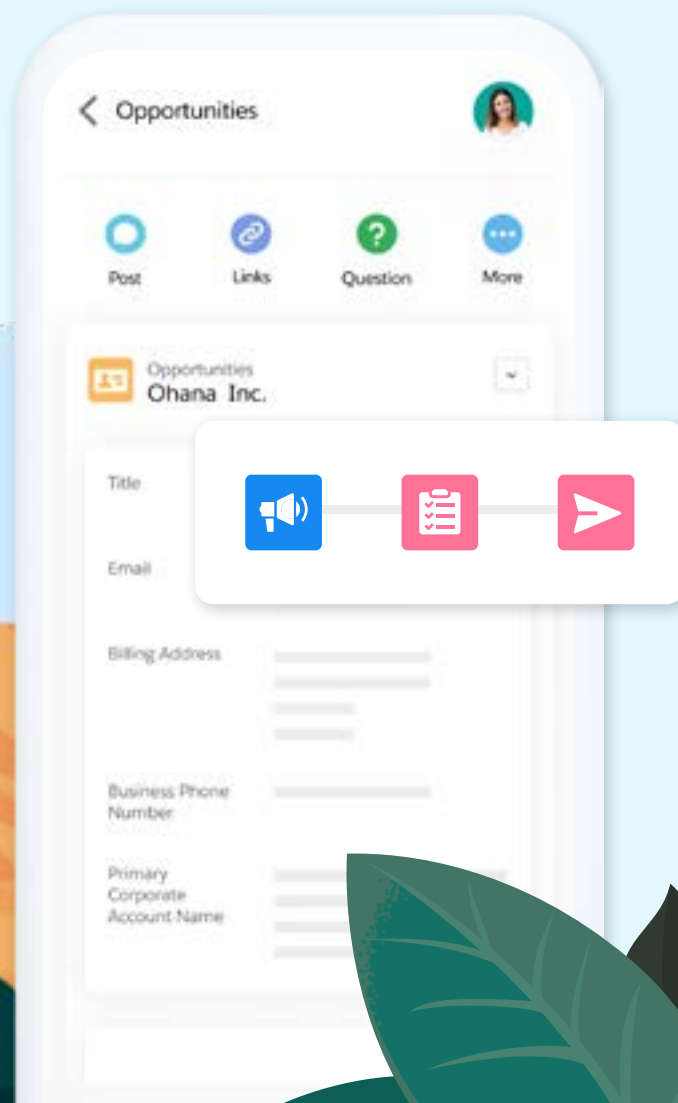
- ☐ Vos équipes doivent pouvoir collaborer étroitement même lorsqu'elles ne sont pas physiquement présentes sur un même lieu.
- ☐ Vos équipes de vente sont souvent en déplacement.
- ☐ Vous n'avez que peu ou pas de visibilité sur les interactions avec vos clients et vous peinez à trouver rapidement certaines données clients pour prendre des décisions rapides.
- ☐ Vous trouvez les rapports d'activité ennuyeux et contraignants, et vous souhaitez automatiser les tâches répétitives.
- ☐ Vous avez l'impression de cumuler les occasions manquées car tout est encore géré manuellement à l'aide de feuilles de calcul et autres carnets de notes.
- ☐ Vous disposez d'un patchwork d'applications que vous appelez « CRM », mais qui ne sont pas réellement connectées à une base de données unique ni à un quelconque « système d'enregistrement ».
- ☐ Votre entreprise se développe rapidement et vos processus doivent évoluer rapidement et efficacement.
- ☐ Vous ne pouvez rien prévoir ni planifier pour votre entreprise parce que vos données sont stockées au sein de systèmes disparates.
- ☐ Vous savez que le service client de votre entreprise laisse à désirer, voire que vous perdez des clients en raison de ses mauvaises performances.
- ☐ Vous ou votre service informatique êtes submergés de demandes d'assistance.
- ☐ Vous souhaitez obtenir des insights plus détaillés sur votre entreprise.



02

Comment un CRM favorise la croissance de votre entreprise

Les entreprises se développent plus rapidement lorsqu'elles profitent d'un flux continu de nouveaux prospects qualifiés, qu'elles consacrent plus de temps à la prise de contact et à la vente et qu'elles résolvent rapidement les requêtes de service client.



Voici un aperçu des avantages qu'offre un CRM aux entreprises qui souhaitent évoluer :

01

Connectez-vous avec vos prospects idéaux

Vous avez investi du temps et des ressources pour attirer et générer de nouveaux prospects, mais savez-vous seulement comment les classer par ordre de priorité ? Vos équipes savent-elles reconnaître les meilleures opportunités ? Comme les opportunités de vente se présentent sous différentes formes, il est essentiel de prévoir des stratégies adaptées à chacune d'entre elles. Une solution CRM intégrée permet à plusieurs services de bénéficier d'une vue complète des leads et des prospects afin de mettre en place des engagements ciblés et de pouvoir contacter rapidement les principaux décideurs.

Une solution CRM permet d'améliorer vos activités marketing de différentes manières, notamment en permettant aux utilisateurs de gérer et d'automatiser des [campagnes de drip](#), en fournissant des insights sur le parcours client d'un contact et en facilitant le suivi des campagnes sur les réseaux sociaux et des réactions des internautes. Les PME peuvent également se servir des données pour alimenter les ventes incitatives, les ventes croisées et le marketing personnalisé, en recommandant par exemple des articles en lien avec un produit donné.

02 Gérez de manière proactive vos relations client

Une bonne compréhension de l'activité d'un client – à commencer par une vue détaillée de son historique avec votre entreprise – vous permettra de bâtir dès le départ une relation de confiance durable.

Un système CRM permet à une entreprise de :

- **Comprendre les besoins de ses clients** : comprenez rapidement ce qui compte pour vos clients – leurs objectifs, leurs défis et leurs préférences – et proposez-leur automatiquement des recommandations personnalisées.
- **Engager avec pertinence** : en recueillant des données sur les besoins de vos clients, vos équipes de marketing et de service client seront également en mesure de leur recommander des promotions adaptées ou du contenu pédagogique qui facilitera leur prise de décision au moment opportun.
- **Faire évoluer vos relations personnalisées** : les petites (mais formidables) entreprises sont très appréciées des clients pour l'expérience personnalisée qu'elles leur proposent. Un CRM permet de continuer à suivre les spécificités des relations au fur et à mesure que la clientèle s'élargit. Il permet notamment de stocker des modèles d'e-mails, définir des rappels de tâches et bénéficier d'une vue unique à 360 degrés de l'ensemble du cycle de vie d'un client.

03 Réduisez le coût des ventes

Si séduire de nouveaux clients est indispensable à une croissance continue, la tâche n'en reste pas moins délicate. La bonne nouvelle, c'est que vous pouvez compenser les coûts d'acquisition client en réalisant des ventes auprès de votre clientèle existante. En gagnant en visibilité sur l'optimisation des cycles de vente, les ventes incitatives, les ventes croisées et les occasions de renouvellement au sein de votre portefeuille de clients, vous observerez une augmentation des ventes reproductibles grâce à la confiance que vous aurez déjà acquise. L'intégration de l'IA permet notamment aux équipes de vente de classer les opportunités par ordre de priorité, d'identifier les meilleures mesures à prendre pour la suite, et de créer des communications personnalisées.



04 Augmentez la productivité de vos collaborateurs

En adoptant la bonne technologie, vous libérerez vos équipes des tâches fastidieuses et leur laisserez plus de temps pour nouer des liens avec les clients. Les tâches manuelles comme la recherche de coordonnées ou la compilation de données peuvent être automatisées ou retirées des processus liés aux clients. Une automatisation des ventes, du service client et du marketing permettra à vos collaborateurs de se concentrer davantage sur la prise de contact avec les prospects et sur le renforcement des relations avec les clients existants, deux éléments qui favoriseront la croissance de votre entreprise. L'IA leur fournit des insights sur les performances et les opérations, et les aide à prendre des décisions à partir de données.

05 Améliorez le service client

Les CRM proposent de nombreuses fonctionnalités pour améliorer et personnaliser le service client, notamment la résolution au premier contact, le suivi des contacts et l'enregistrement des appels. Par ailleurs, en stockant l'ensemble de vos données clients au même endroit, vos agents ont rapidement accès à l'historique des interactions d'un client avec votre entreprise et sont en mesure de résoudre les problèmes auxquels ce dernier peut être confronté, parfois même de manière préventive. Comme un CRM héberge l'ensemble de vos informations clients, vos représentants commerciaux sont à même d'interagir avec chaque personne en ayant une parfaite connaissance de son historique client, accélérant ainsi le processus et permettant aux clients de se sentir uniques et considérés. L'IA permet de générer rapidement des réponses pertinentes, de traiter les demandes à l'aide de chatbots et d'assistants virtuels, et de favoriser l'efficacité tout en réduisant les coûts.

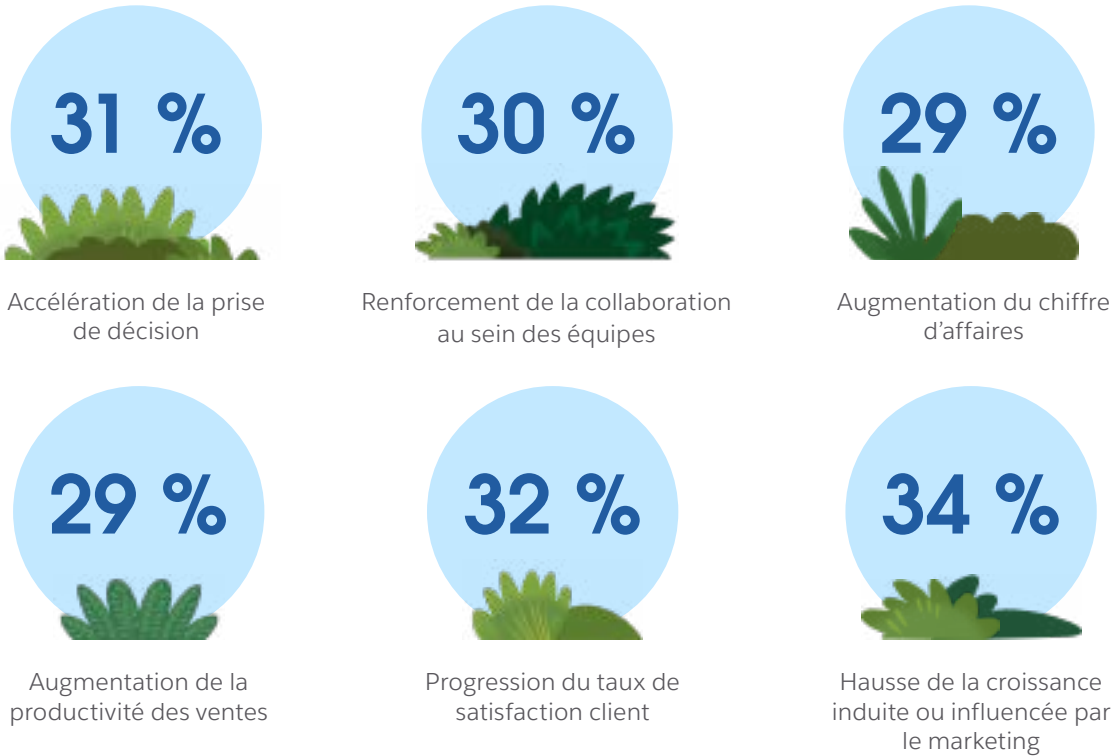


06

Renforcez la fidélisation des clients

Une meilleure visibilité sur l'ensemble de vos relations permet à vos équipes de gérer de manière proactive les comptes à risque et de proposer aux clients satisfaits de nouvelles offres au moment opportun. Grâce à la transparence de l'historique client, des campagnes actives ou des dossiers en cours, vous pourrez proposer des expériences d'achat et de service client plus convaincantes qui inciteront les clients à revenir. L'IA vous aide à prendre des décisions éclairées en fonction de vos données clients. En faisant bon usage de votre temps, vous pourrez compter sur de solides relations clients pour les années à venir.

Pourcentage moyen des améliorations constatées par les clients Salesforce :



Source : 2024 Salesforce Success Metrics Small Business Highlights.
Les données proviennent de 347 898 clients répartis dans 10 pays.



Envie d'en savoir plus sur les avantages d'un CRM ?

EN SAVOIR PLUS

03

Comment élaborer une stratégie CRM efficace

La mise en place d'un système CRM efficace ne se résume pas au choix de la bonne technologie. Vous devez également disposer d'un plan et d'une stratégie CRM adaptés à votre entreprise.



Voici les sept étapes de la conception d'un plan gagnant :

01

Définissez votre vision

Tout chef d'entreprise accompli sait reconnaître l'importance d'une vision claire, reproductible et tournée vers l'action, à laquelle son équipe peut adhérer. Cette vision peut revêtir de nombreuses formes, qu'il s'agisse de devenir le numéro un des ventes dans votre région ou de réinventer le service client au sein de votre secteur d'activité. Votre vision doit être suffisamment ambitieuse pour susciter un intérêt et suffisamment claire pour être comprise par toutes et tous au sein de l'entreprise.

02

Définissez votre stratégie

La stratégie permet de concrétiser votre vision. Supposons que vous souhaitiez devenir le numéro un des ventes sur le marché. Y parviendrez-vous en livrant bataille sur les prix, en proposant des produits différents ou en mettant l'accent sur l'excellence de votre service après-vente ? Vous devez impérativement penser à la manière dont vous atteindrez vos objectifs.

03

Définissez vos objectifs commerciaux

Les objectifs commerciaux symbolisent le point de rencontre entre la vision et la stratégie, d'une part, et le travail quotidien, d'autre part. Une erreur fréquente lors de la mise en place d'un nouveau système CRM est de vouloir y répliquer l'ensemble des anciens objectifs et processus de l'entreprise, accompagnés de leurs lacunes. Envisagez plutôt les façons dont un CRM et l'IA pourraient vous aider à travailler de manière plus intelligente et plus efficace. Considérez ce processus comme une occasion de revoir et d'optimiser votre mode de fonctionnement.

04 Impliquez vos équipes

Le soutien de la direction est essentiel pour la réussite de votre démarche, qu'il s'agisse de votre vision d'ensemble, de votre stratégie CRM ou de vos objectifs commerciaux. Le manque de soutien des cadres dirigeants figure parmi les cinq principaux facteurs d'échec en matière de CRM.

05 Identifiez les métriques

« Nul ne peut gérer ce qu'il ne peut quantifier » est un adage repris par de nombreux théoriciens du monde des affaires. Les métriques doivent être accessibles à tous, ce qui suppose la création de tableaux de bord pour l'ensemble du personnel, des représentants commerciaux à l'équipe de direction, en passant par les responsables de département.

06 Définissez vos priorités

Comme il est impossible de tout faire en même temps, vous devrez déterminer l'ordre dans lequel les tâches doivent être accomplies en fonction de leur importance. Quels sont les cas d'usage les plus importants pour votre entreprise ? La formation figure souvent en tête de liste, afin que tout le monde soit prêt à se servir du nouveau système CRM dès sa mise en service.

07 Définissez votre feuille de route

La mise en place d'un système CRM performant ne devrait pas être perçue comme un événement exceptionnel. Si la réussite du déploiement est certes essentielle, il est tout aussi important de pouvoir proposer des améliorations et de nouvelles fonctionnalités une fois le système mis en service. Anticipez la suite des événements et songez aux autres fonctionnalités dont votre entreprise a besoin pour se développer.



Élaborez une feuille de route technologique axée sur le client.

OBTENIR LE GUIDE

04

Choisir le CRM adapté à vos besoins et objectifs

Comparer les différents systèmes CRM peut s'avérer très compliqué. Il faut prendre en compte des dizaines de fonctionnalités auxquelles s'ajoutent de nombreuses options propres à chaque plateforme. Voici quelques éléments à considérer.

Évolutivité

À prendre en compte : le système a-t-il été conçu spécifiquement pour les PME ou peut-il évoluer avec vous ? Investir dans un système performant aujourd'hui, mais qui devra être remplacé ultérieurement, risque d'engendrer des situations frustrantes évitables. Votre CRM doit répondre à vos besoins actuels et pouvoir évoluer avec vous. Changer de CRM peut s'avérer compliqué, alors optez plutôt pour une plateforme conçue pour répondre à votre développement. Par exemple, le CRM propose-t-il d'augmenter l'espace de stockage, le nombre d'utilisateurs (sièges), les fonctionnalités et les outils de création de rapports pour favoriser l'évolution de votre entreprise ?

Avantages de Salesforce : commencez avec un utilisateur et ajoutez-en autant que nécessaire, tout en sachant que certaines éditions comportent un nombre limité de contacts. Par exemple, [les PME](#) peuvent utiliser Marketing Cloud Account Engagement Growth pour un maximum de 10 000 contacts.

Support client

À prendre en compte : quelle que soit la qualité du système, vous finirez tôt ou tard par avoir besoin d'aide, que ce soit pour une simple question ou pour un problème complexe. Le fournisseur propose-t-il un support client efficace et convivial ?

Avantage de Salesforce : l'ensemble des utilisateurs ont accès à [Trailhead](#), au portail d'aide, à la communauté Trailblazer et au Success Center, ainsi qu'à notre support technique spécialisé. Pour les entreprises qui souhaitent qu'un partenaire les accompagne à chaque étape de leur parcours Salesforce, [une assistance plus poussée peut être mise en place.](#)



Tarifs

À prendre en compte : la comparaison des prix n'est pas toujours simple. Certains éditeurs de CRM proposent des formules abordables, mais limitent le stockage ou le nombre de contacts. Des fonctionnalités comme l'automatisation ou les outils marketing ne sont parfois disponibles que sous forme de modules complémentaires. Un prix bas peut être synonyme de valeur moindre.

Dans le cas des PME, des tarifs sur mesure permettent parfois de réduire les coûts, car vous ne payez que pour les fonctions dont vous avez besoin. Ces coûts peuvent toutefois rapidement monter en flèche au fur et à mesure que vous ajoutez des fonctionnalités pour répondre à l'évolution et à la multiplication de vos besoins. Tenez compte des limites de contacts, des fonctionnalités disponibles et des possibilités d'évolution en comparant les différentes formules.

Avantages de Salesforce : la suite d'outils Salesforce se décline en plusieurs éditions et modules complémentaires. Les PME peuvent choisir parmi [quatre éditions](#) et, au fil de leur croissance, elles ont la possibilité de compléter ces éditions par [d'autres produits](#) et outils adaptés à leurs besoins.

Personnalisation

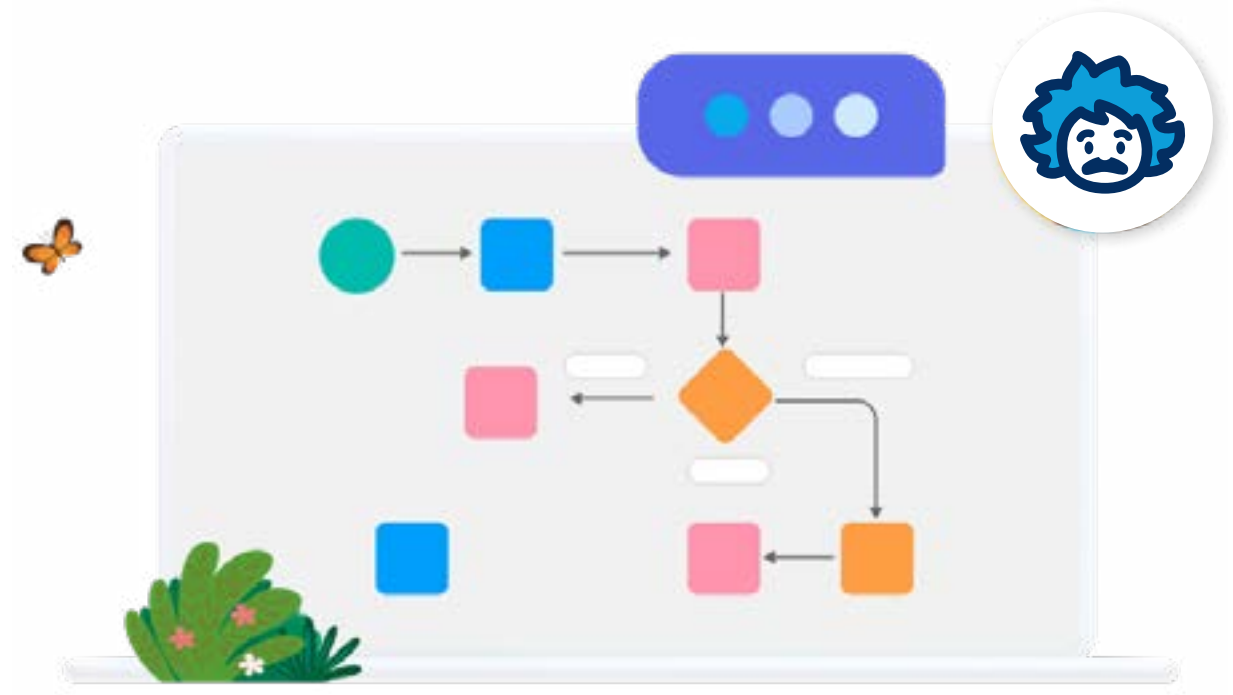
À prendre en compte : les entreprises sont toutes différentes. Optez pour un CRM personnalisable afin de pouvoir l'adapter à vos besoins. Par exemple, vous permet-il de créer des rapports commerciaux personnalisés ou d'ajouter des champs personnalisés à votre base de données de contacts ?

Avantages de Salesforce : votre expérience Salesforce est personnalisable de différentes manières, notamment du côté du CRM et de [l'application mobile](#).

Automatisation

À prendre en compte : les plateformes CRM permettent aux utilisateurs d'automatiser les tâches manuelles et répétitives ; une véritable bénédiction pour les PME dont les équipes sont plus restreintes. Au lieu de perdre un temps précieux à consigner des informations ordinaires et à générer des rapports, votre CRM se chargera lui-même de ces tâches et de bien d'autres encore. Une fois la configuration terminée, votre CRM s'occupe de tout.

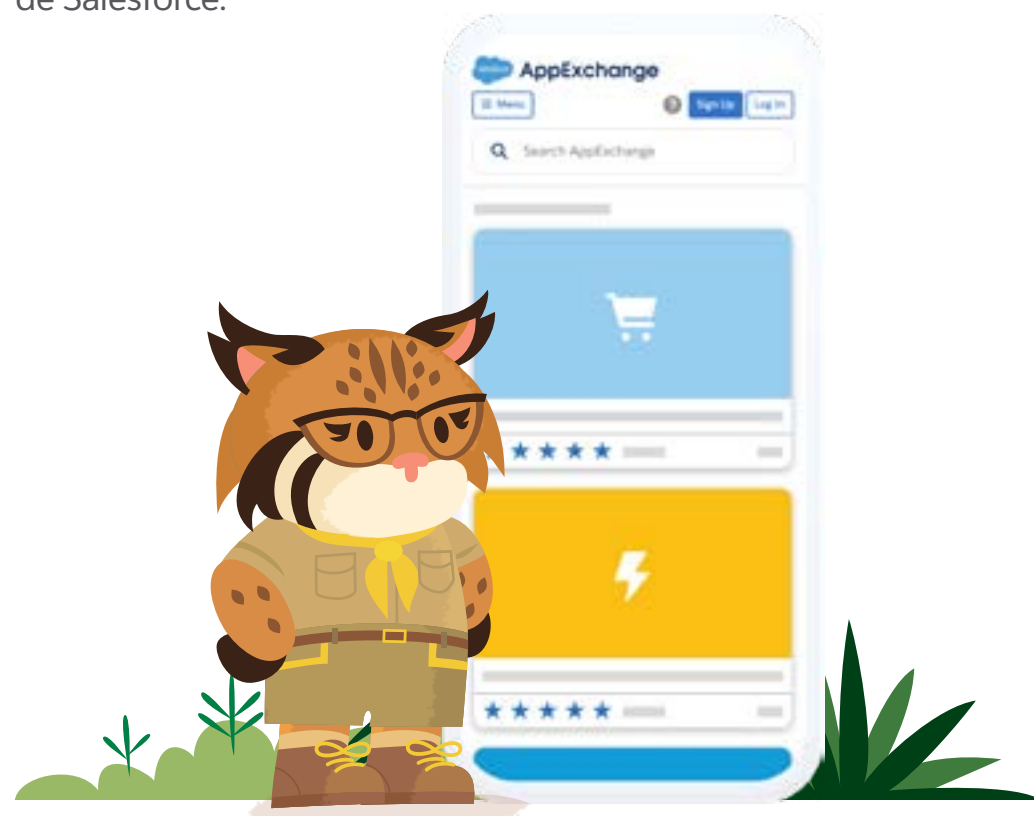
Avantages de Salesforce : [Einstein Automate](#) est l'assistant d'automatisation par IA de Salesforce, un outil capable de tout automatiser, même les intégrations. Pour en savoir plus sur la création de flux de travail de bout en bout à l'aide de l'automatisation des processus, nous vous invitons à consulter [nos articles, nos vidéos, et nos modules Trailhead](#).



Intégration d'applications

À prendre en compte : les CRM sont de puissants outils et, pour en tirer le meilleur, il est recommandé d'y intégrer les autres logiciels et outils de l'entreprise. Par intégration, nous entendons le fait de relier deux logiciels afin qu'ils puissent partager des données. La plupart des CRM sont compatibles avec d'autres plateformes, logiciels, applications et outils, ce qui leur permet de partager des données et d'automatiser des tâches entre les plateformes.

Avantages de Salesforce : Salesforce propose [AppExchange](#), une place de marché d'applications gratuites et payantes directement fonctionnelles sur votre plateforme CRM Salesforce ou qui vous aident à intégrer un logiciel autonome à Salesforce. L'autre méthode consiste à passer par [MuleSoft](#), une plateforme d'intégration et d'API, qui permet de connecter chaque système, application, base de données et appareil à la plateforme CRM de Salesforce.



Expérience utilisateur et formation

À considérer : votre CRM ne sert que si vous l'utilisez. Veillez à ce que la plateforme retenue soit intuitive et bien conçue. Examinez les options d'intégration et de formation pour vous assurer que votre équipe et vous bénéficierez du soutien nécessaire tout au long de votre apprentissage sur la plateforme.

Avantages de Salesforce : Salesforce propose [Trailhead](#), une plateforme d'apprentissage qui traite d'un grand nombre de sujets et comporte de nombreux modules de formation. Salesforce propose également des dizaines de [certifications professionnelles reconnues](#), qui profitent non seulement à la personne qui les obtient, mais également à l'entreprise pour laquelle elle travaille.

Configuration et maintenance

À prendre en compte : certains disposent d'une équipe de spécialistes de l'informatique, d'autres non. Informez-vous sur les procédures de conception, d'utilisation, de mise à jour et de maintenance de la plateforme CRM qui vous intéresse. Privilégiez un système facile à configurer ou un fournisseur qui vous accompagne dans la mise en route de votre système. Certains éditeurs de CRM proposent des services d'intégration et de formation pour faciliter le processus.

Avantages de Salesforce : nous proposons des [solutions prêtes à l'emploi](#) pour les PME afin qu'elles puissent rapidement les mettre en place, ainsi que des conseils intégrés à l'application pour aider les utilisateurs au démarrage.

Par ailleurs, en tant que pionnier du CRM dans le cloud, nos clients n'ont pas de matériel ou de logiciel à maintenir : nous apportons des innovations technologiques continues trois fois par an, sans surcoût.



Accès mobile

À prendre en compte : grâce à un accès mobile à votre CRM, les membres de votre équipe ont la possibilité de se connecter et de gérer des données commerciales déterminantes où qu'ils soient et depuis n'importe quel appareil. Cette fonctionnalité renforce le taux d'adoption et vous permet de gérer votre entreprise en dehors de votre bureau.

Certaines plateformes CRM proposent des fonctionnalités mobiles limitées ou ne fonctionnent pas aussi bien sur des appareils mobiles, comme les téléphones ou les tablettes. Veillez à ce que la solution retenue offre le niveau d'accès mobile dont votre équipe a besoin pour travailler efficacement.

Avantages de Salesforce : Salesforce est disponible sous forme [d'application mobile](#) pour l'ensemble des utilisateurs.

Sécurité

À prendre en compte : les questions de sécurité sont souvent au cœur des préoccupations, en particulier pour les entreprises qui traitent des données sensibles. Veillez à ce que votre fournisseur de CRM soit à même de gérer ce type de données. Vous pourriez, par exemple, avoir besoin de crypter vos données. L'entreprise qui répond à vos besoins en matière de CRM se doit également de répondre à vos exigences en matière de sécurité.

Avantages de Salesforce : votre confiance est notre priorité. Nous publions des informations sur les performances, la sécurité et la conformité de nos applications et de notre infrastructure sur le site trust.salesforce.com.

Intelligence artificielle (IA)

À prendre en compte : l'IA a le potentiel de redéfinir chaque parcelle de votre entreprise, des ventes au service client, en passant par le marketing et le commerce. Une fois intégrée au flux de travail, l'IA vous aide à prendre des décisions éclairées en fonction de vos insights commerciaux, à générer du contenu dans un langage naturel et à suggérer les mesures les plus judicieuses pour la suite des opérations. Les CRM dopés à l'IA renforceront l'efficacité de vos opérations et assureront la pérennité de votre entreprise.

Avantages de Salesforce : [Einstein de Salesforce](#) intègre toutes les fonctionnalités d'intelligence artificielle dont vous aurez besoin, directement dans le CRM de Salesforce.

Nous proposons également un [glossaire](#) pour vous préparer à l'ère de l'IA.



Les 6 étapes pour choisir votre CRM :

01

Identifiez vos points faibles

À quelles difficultés votre entreprise est-elle confrontée ? Quels sont les systèmes qui ne fonctionnent pas pour vous ? Quels objectifs peinez-vous à atteindre aujourd'hui et quels sont vos objectifs pour l'avenir ? Relevez [les plus grands défis](#) auxquels votre entreprise fait face et précisez vos attentes en matière de CRM.

02

Dressez la liste de vos programmes et systèmes actuels

Quelles plateformes utilisez-vous déjà pour les e-mails, le marketing, la gestion des contacts, les communications, le service client, les réseaux sociaux, la gestion des données et autres processus ? Dressez-en la liste afin d'évaluer l'efficacité de vos programmes actuels et de vous assurer que le CRM retenu répondra aux besoins de votre entreprise.

03

Fixez un budget

Quel montant pouvez-vous investir dans un CRM ? Comparez les plateformes en fonction de votre nombre de contacts et des fonctionnalités qui vous seront les plus utiles. Envisagez les avantages d'une plateforme de CRM : les fonctionnalités, le service client et la facilité d'utilisation.

04

Comparez les fonctionnalités et les ressources

Investissez dans les outils dont vous avez besoin, tout en gardant la possibilité d'évoluer. Privilégiez un fournisseur qui propose des services d'intégration et d'assistance afin que vous puissiez utiliser pleinement votre nouveau CRM.

05

Pensez à l'avenir

Au moment de comparer les différentes plateformes, ne vous limitez pas à vos besoins actuels. Cette plateforme répondra-t-elle aux besoins de votre entreprise sur le long terme ?

06

Affinez votre sélection

Vous commencerez sans doute par une liste d'une dizaine de fournisseurs différents, mais cette liste rétrécira à mesure que vous en comparerez les caractéristiques, les fonctionnalités et les avantages. Une fois votre sélection réduite à cinq options maximum, sollicitez des démonstrations. Demandez aux responsables de départements ou à d'autres utilisateurs potentiels de tester les différentes plateformes et de vous faire part de leurs commentaires.



Conclusion : Maximiser le retour sur investissement de votre CRM

Selon le [rapport « Focus sur le client connecté »](#), 80 % des clients considèrent que l'expérience proposée par une entreprise compte autant que ses produits ou services. Les clients recherchent des expériences extrêmement personnalisées. En conséquence, les entreprises doivent connecter leur CRM à l'ensemble des étapes du cycle de vie du client – de la première campagne marketing au point d'achat, en passant par la prise de contact avec le client (sur son canal préféré) et votre centre de contact –, afin de conserver la confiance du client tout au long de son parcours. Lorsque toutes les équipes bénéficient d'une vision complète de l'historique d'un client et de ses points de contact, elles peuvent agir plus rapidement et prendre de meilleures décisions afin de garantir de meilleurs résultats à vos clients. En fin de compte, tout le monde y gagne !

Le choix du bon CRM pour votre PME ne se résume pas à une question de technologie ; il s'agit d'une transformation numérique de votre entreprise visant à relier les différents services isolés, à améliorer la façon dont vos équipes coopèrent et à articuler votre entreprise autour de vos clients.



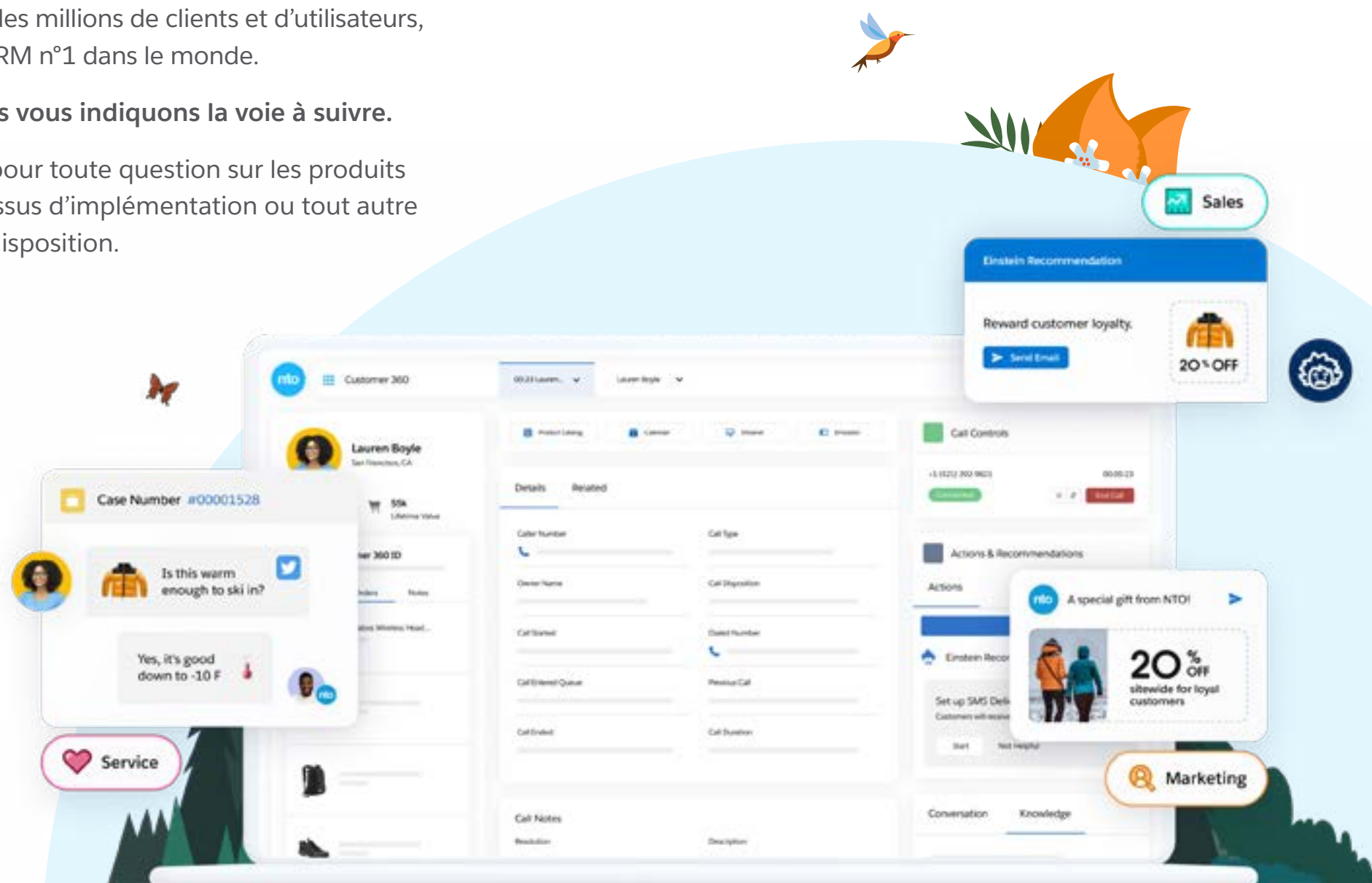
À propos de Salesforce

Salesforce est la Customer Company. Depuis notre création, chacune de nos décisions est guidée par la priorité que nous accordons à nos clients. Cette approche nourrit notre croissance et favorise la réussite de nos clients. Nous développons des logiciels basés sur le cloud conçus pour révolutionner la manière dont les entreprises se connectent à leurs clients, afin qu'elles puissent identifier plus de prospects, conclure plus de contrats et impressionner leurs clients en leur proposant un service exceptionnel. Ayant déjà séduit des millions de clients et d'utilisateurs, Salesforce est sans conteste le CRM n°1 dans le monde.

Vous avez des questions ? Nous vous indiquons la voie à suivre.

N'hésitez pas à nous contacter pour toute question sur les produits Salesforce, nos tarifs, nos processus d'implémentation ou tout autre sujet. Nos experts sont à votre disposition.

NOUS CONTACTER





Les renseignements du présent rapport sont fournis uniquement à des fins utiles pour nos clients et sont communiqués à titre informatif. Leur publication par salesforce.com ne reflète pas nécessairement son point de vue. Salesforce.com ne garantit pas l'exactitude ni l'exhaustivité de tout renseignement, texte, élément graphique, lien ou autre élément contenu dans le présent guide. Salesforce.com ne garantit pas l'obtention de résultats spécifiques en suivant les conseils fournis dans ce rapport. Nous vous recommandons de vous adresser à un spécialiste (avocat, comptable, architecte, consultant ou ingénieur) pour obtenir des conseils précis et adaptés à votre situation.