Seismic

La formule pour optimiser la croissance de votre chiffre d’affaires

Présentation de la formule pour optimiser la croissance de votre chiffre d'affaires

Bienvenue dans une nouvelle approche du développement de votre chiffre d'affaires, une technique méthodique et concrète qui transforme la façon de travailler de votre équipe et l'aide à remporter plus de contrats.

Lors de l'événement Shift 2024, Sam Buitendag, d'Aerogen (client de Seismic), a présenté une formule convaincante pour la croissance du chiffre d'affaires. Elle constitue la base de ce guide. Découvrons-la ensemble !

La formule pour optimiser la croissance de votre chiffre d'affaires

Croissance du chiffre d'affaires = ((Activités × Qualité) / Temps) – Distractions

Cette équation, à la fois simple et révolutionnaire, offre une vision claire de l'impact des actions de votre équipe et des défis auxquels elle fait face. Décomposons-la :

ACTIVITÉS

Ce sont les actions quotidiennes menées par votre équipe terrain pour interagir avec ses prospects et ses clients. Songez aux emails envoyés, aux appels passés, aux présentations réalisées, aux messages transmis sur LinkedIn et aux démonstrations programmées. Toutes ces activités sont-elles alignées avec les objectifs de votre entreprise ?

QUALITÉ

Il ne s'agit pas seulement d'effectuer le travail, mais de le faire bien. La qualité reflète l'efficacité avec laquelle ces actions sont menées. Vos commerciaux offrent-ils des expériences personnalisées et basées sur des recherches poussées ? Disposent-ils des bons outils et informations pour bien comprendre les équipes achat avec lesquelles ils interagissent ?

TEMPS

C'est un indicateur d'efficacité. Combien de temps votre équipe met-elle pour réaliser ces activités ? Perd-elle du temps à saisir des données manuellement, à personnaliser du contenu ou à rechercher des contacts ? Ou bien est-elle capable d'agir rapidement et en toute sérénité ?

DISTRACTIONS

Toutes les équipes font face à des obstacles : changements organisationnels, priorités floues ou outils inadaptés qui compliquent le travail au lieu de le simplifier. Ont-elles un temps dédié pour se concentrer sur les sujets importants ? À quelle fréquence ces distractions entravent-elles les activités de vos équipes ?

Chaque chapitre de ce guide se concentre sur un élément clé de cette équation. Nous vous poserons des questions pour évaluer la situation actuelle de votre équipe et identifier les axes d'amélioration. Mais notre objectif ne se limite pas à pointer les problèmes. Nous sommes aussi là pour vous aider à les résoudre.

C'est pourquoi chaque chapitre propose des exemples concrets d'entreprises (y compris la nôtre) qui ont su optimiser leur approche et progresser au fil du temps.

Ce que vous allez découvrir

La formule pour optimiser la croissance du chiffre d'affaires ne se limite pas à un concept théorique. Ce guide vous aidera à analyser la situation actuelle de votre équipe et à planifier les prochaines étapes pour atteindre vos objectifs. Il vous guidera à travers chaque élément de cette formule, en vous aidant à :

Évaluer la performance de votre équipe

Quelles activités sont réellement efficaces ? Où la qualité fait-elle défaut ? Quelles distractions font perdre du temps ?

Identifier des opportunités d'amélioration

De l'alignement des actions de votre équipe à l'optimisation des outils, ce processus met en lumière les dysfonctionnements qui freinent votre croissance.

Mettre en place des actions concrètes et éprouvées

Grâce à des exemples réels, des modèles et des commentaires de clients de Seismic, découvrez comment d'autres entreprises ont appliqué cette formule pour atteindre leurs objectifs.

Chez Seismic, nous sommes fiers d'être la plateforme de référence en matière de sales enablement, mais nous savons aussi qu'aucun outil, à lui seul, ne peut transformer une équipe. La réussite d'un projet repose sur une combinaison de technologie, de talents et de finesse d'exécution. C'est pourquoi ce guide vous aidera à exploiter le plein potentiel de votre équipe et à bâtir une croissance durable, sans dépendre d'un outil unique (Oui, même pas le nôtre !). Nous mentionnerons bien sûr les solutions Seismic lorsque cela est pertinent, mais les conseils que vous trouverez ici s'appliquent quelle que soit votre technologie.

CHAPITRE 1

Tout savoir sur les Activités

Les activités sont la pierre angulaire du succès de votre équipe. Elles représentent les actions quotidiennes menées sur le terrain pour générer des interactions auprès des prospects et des clients : de l'envoi d'emails à la réalisation de démonstrations.

Mais toutes les activités ne se valent pas. Pour dynamiser la croissance du chiffre d'affaires, ces actions doivent être intentionnelles, percutantes et alignées avec vos objectifs stratégiques.

En résumé, il faut choisir les bonnes activités, au bon moment, adressées au bon public, et bien les exécuter.

Évaluer les activités de votre entreprise

Utilisez les questions suivantes pour analyser l'état actuel des activités de votre entreprise. Ces éléments vous aideront à identifier vos forces, vos lacunes et les opportunités d'amélioration :

Quelles sont les principales activités réalisées régulièrement par votre équipe ? Pouvez-vous les quantifier ?

Ces activités sont-elles clairement définies et reproductibles ?

Dans quelle mesure ces activités sont-elles alignées avec vos objectifs stratégiques ?

Y a-t-il des activités auxquelles votre équipe attache une grande importance mais qui ne contribuent pas à la croissance du chiffre d'affaires ?

Quelles sont les activités qui sont systématiquement fructueuses ?

Votre équipe consacre-t-elle du temps à des actions dont le retour sur investissement est faible ou difficile à évaluer ?

À quelle fréquence votre équipe réévalue-t-elle et ajuste-t-elle son approche des activités clés ?

Passer à l'Action

Une fois ces questions traitées, vous aurez une vision plus claire des activités de votre équipe. Voici comment nous utilisons ces informations chez Seismic :

Créez une charte d'Enablement :

Une charte d'Enablement sert de roadmap stratégique et constitue l'ossature des programmes d'enablement sur le long terme. Chez Seismic, nous réalisons cet exercice chaque année afin de garantir que notre équipe enablement se concentre sur des programmes qui accompagnent les bonnes activités, celles qui contribuent directement à nos résultats-clés et aux objectifs commerciaux les plus importants de l'année (OKR). Ainsi, plutôt que d'agir en mode "pompiers" face aux urgences du moment, nous adoptons une approche proactive et structurée.

Voici une checklist pour vous aider à élaborer votre charte d'Enablement lorsque vous serez prêt :

- ☐ Identifier et définir les objectifs stratégiques de l'entreprise ainsi que ceux des équipes soutenues par le programme d'enablement.
- ☐ Fixer une mission claire pour la fonction Enablement.
- ☐ Déterminer les indicateurs de performance (KPI) qui permettront de mesurer l'impact des actions d'enablement.
- ☐ Identifier les activités clés que votre équipe enablement devra gérer, accompagner et optimiser.
- ☐ Définir une organisation pour l'exécution des différentes initiatives.
- ☐ Trouver un sponsor parmi l'équipe de direction pour garantir l'adhésion et la collaboration interfonctionnelle.

Expérimentez, encore et toujours : pour optimiser les activités de votre équipe, il faut parfois bousculer les habitudes et tester de nouvelles approches. Voici quelques idées d'expérimentation :

- Analyser les taux d'interaction des actions de prospection : testez de nouveaux messages pour celles dont les performances sont inférieures à la moyenne.
- Réaliser un audit du contenu : identifiez les types de contenu qui génèrent des résultats et ceux qui ne fonctionnent pas. Utilisez ces informations pour produire davantage de contenu performant.
- Exploiter les enregistrements de rendez-vous clients, les analyses d'emails et les données du CRM : identifier ce qui ralentit le cycle de vente et ajustez vos approches en conséquence.
- Tester différentes stratégies d'interaction sur un groupe cible restreint : par exemple, une approche multicanal ou des actions de suivi ultra-personnalisées.

FOCUS SUR UNE EXPÉRIENCE RÉUSSIE

Chez Seismic, nous avons récemment testé une nouvelle approche des activités avec un programme pilote dénommé "Pipe Gen Tuesdays" (les mardis dédiés à la génération de leads, inspiré d'une initiative de 6Sense). L'objectif : faire des tests de manière structurée et en analysant les données collectées afin d'optimiser notre processus commercial. Nous avons rassemblé 8 chargés de comptes, 4 SDR (Sales Development Representatives, responsables développement des ventes), des commerciaux sédentaires et l'équipe Field Marketing pour former une seule et même équipe. Nous avons ainsi repensé notre approche en matière de commercialisation pour tester un nouveau modèle.

Nous avons d'abord orienté les chargés de compte et les SDR sur une liste cible de 82 comptes à fort potentiel, puis mis en place une opération de promotion marketing culticanale sur la planification du chiffre d'affaires en 2025 : campagne d'emailing en 3 phases, publications sponsorisées sur LinkedIn, bannières publicitaires, publications personnalisées. Le tout géré via l'outil LiveSocial

Le jour des rendez-vous clients, les commerciaux ont utilisé les données d'interaction en temps réel pour guider leurs actions, garantissant que chaque interaction soit pertinente et opportune. Enfin, un processus de suivi efficace a permis de transformer cette dynamique en opportunités concrètes, avec un challenge interne pour récompenser les équipes "chargé de comptes + SDR" ayant généré le plus de rendez-vous auprès des comptes ciblés.

Le résultat ? 22 premiers rendez-vous clients en une semaine, 400 000 dollars de pipeline généré en sept jours seulement, une augmentation des taux de prise de contact et de rendez-vous. Preuve que la croissance du chiffre d'affaires ne repose pas que sur le fait d'en faire plus, mais surtout sur la bonne exécution des bonnes actions, au bon moment, avec un alignement optimal des équipes.

Envie d'en savoir plus ? Inscrivez-vous à notre prochain **webinaire** pour en savoir plus sur cette expérience et ses enseignements.

En veillant à ce que les activités de votre équipe soient ciblées et stratégiquement alignées, vous posez les bases d'une croissance durable. Dans le prochain chapitre, nous explorerons la qualité de ces actions et les leviers pour les optimiser encore davantage.

CHAPITRE 2

Mesurer la Qualité

Si les activités sont les fondations du succès de votre équipe, la qualité de leur exécution en est le rythme, celui qui définit la dynamique et maximise l'impact. Une exécution de haute qualité garantit que chaque action menée par votre équipe atteint son objectif, de manière stratégique et efficace. Dans ce chapitre, nous explorerons comment la qualité booste la croissance du chiffre d'affaires, les défis auxquels les équipes sont confrontées pour la maintenir, ainsi que des stratégies concrètes pour optimiser la performance.

Le défi de la qualité

La qualité ne souffre généralement pas d'un manque d'investissement. Les causes profondes sont souvent systémiques, liées à l'environnement, aux outils ou à la culture d'entreprise. Comme un orchestre qui joue de manière anarchique, un manque d'alignement dans ces domaines peut réduire considérablement l'efficacité des équipes. Prenez un moment pour identifier ces obstacles courants et évaluer leur impact sur votre entreprise.

CONTENU FRAGMENTÉ OU SANS INTÉRÊT

Des bibliothèques de contenu mal organisées entraînent une incohérence des messages et un manque de confiance lors des interactions avec les prospects. En moyenne, les commerciaux passent 440 heures par an à chercher le bon contenu à partager[1] ; du temps qui pourrait être consacré à la vente.

COMPLEXITÉ EXCESSIVE

Des processus de vente surchargés, des priorités floues et une multitude d'outils peuvent épuiser les commerciaux, les empêchant de se concentrer sur ce qui compte vraiment.

PRÉPARATION INSUFFISANTE

Sans temps ni ressources adaptés, les commerciaux ont tendance à adopter des approches génériques, qui ne suscitent pas l'intérêt des acheteurs. Dans les faits, 71 % des acheteurs attendent de la personnalisation, mais peu la reçoivent réellement[2].

DISPARITION DES CONNAISSANCES

Les formations commerciales se font souvent en sessions ponctuelles, sans aucun suivi dans la durée. Or, les études montrent que jusqu'à 75 % des informations apprises[3] sont oubliées en quelques jours si elles ne sont pas revues régulièrement.

ABSENCE DE FEEDBACK STRUCTURÉ

Sans retour constructif ni information sur ce qui fonctionne ou non, les commerciaux ont du mal à affiner leur approche. Pourtant, avec un coaching efficace, les taux de réussite augmentent de 32 % et les objectifs de vente sont atteints 27 % plus souvent[4].

Évaluer la qualité de l'exécution dans votre entreprise

Pour mieux comprendre où en est votre équipe, posez-vous les questions suivantes :

Vos commerciaux disposent-ils des ressources dont ils ont besoin pour réussir ?

Leur est-il facile de trouver le contenu dont ils ont besoin ?

Dans quelle mesure le contenu qu'ils utilisent est-il efficace ? Faites-vous régulièrement cette évaluation ?

À quelle fréquence bénéficient-ils de feedbacks utiles ou de coaching ?

- ☐ Une fois par semaine
- ☐ Une fois par mois
- ☐ Une fois par trimestre
- ☐ Tous les six mois
- ☐ Une fois par an

Quels programmes de formation et de développement des compétences mettez-vous en place pour consolider la mémorisation des connaissances ?

Votre équipe partage-t-elle un engagement commun en faveur de la qualité ?

En répondant à ces questions, vous pourrez identifier les lacunes en matière d'exécution et hiérarchiser les mesures à prendre pour les combler.

Passer à l'action

Pour atteindre un bon niveau d'exécution, il ne suffit pas de travailler dur. Cela exige un changement d'état d'esprit et de stratégie. Voici quelques pistes pour créer un environnement orienté vers l'excellence :

Mettez en place une stratégie de gouvernance du contenu fiable

Une stratégie de gouvernance du contenu permet d'organiser, gérer et mettre à jour le contenu de manière à ce qu'il reste pertinent, accessible et aligné avec les objectifs de l'entreprise.

- Définissez clairement les rôles, responsabilités et processus liés à la création, l'audit et la suppression de contenu.
- Assurez-vous que les équipes en contact avec les clients trouvent facilement les documents les plus récents et pertinents.
- Mettez en place une revue régulière du contenu pour l'optimiser en continu.

Renforcez l'apprentissage

Remplacez les formations ponctuelles par des possibilités d'apprentissage permanentes. L'apprentissage renforcé via les micro-formations, les mises en situation et la formation en juste-à-temps favorise la rétention des connaissances.

- Identifiez les formations actuelles et évaluez si elles pourraient être plus efficaces en micro-format ou en formation en juste à temps.
- Analysez l'efficacité des stratégies de consolidation existantes et explorez des approches comme les jeux de rôle et la formation en juste à temps.

Mettez en place un coaching des compétences

Lorsqu'il s'agit d'améliorer la qualité d'exécution, le coaching est un levier essentiel.

- Définissez clairement les compétences requises pour chaque métier lié à la commercialisation, en tenant compte des objectifs stratégiques.
- Cartographiez les compétences de vos équipes et identifiez les écarts à combler.
- Proposez des plans de formation et de coaching adaptés à chaque profil.

Cultivez une culture du feedback

Créez un environnement convivial où les commerciaux et les managers échangent régulièrement.

- Utilisez les informations issues des interactions avec les clients pour affiner les stratégies et améliorer leur exécution.
- Assurez-vous que vos outils d'enablement permettent le suivi des formations et la collecte des feedbacks.
- Désignez des responsables du suivi pour garantir que les feedbacks sont pris en compte et intégrés dans les processus.

FOCUS SUR UNE EXPÉRIENCE RÉUSSIE

expedia group

Expedia s'est associé à Seismic pour améliorer la productivité de ses commerciaux. L'objectif ? Mettre en place des parcours de formation sur mesure, consolider 6 000 éléments de contenu et gagner du temps grâce à des présentations personnalisées et basées sur les données collectées.

Au final, Seismic a fait grimper le taux d'interaction avec le contenu à 88,5 %, a permis d'économiser 1800 heures de travail grâce à l'automatisation et mis en place un support pour plus de 3 500 commerciaux.

Consultez l'étude de cas complète

Valorisez l'excellence

Mettez en avant les exemples de réalisations exceptionnelles de votre équipe. Une présentation percutante, une proposition bien rédigée ou une approche créative de la personnalisation peuvent inspirer les autres à élever leurs standards.

- Célébrez et partagez les réussites de vos commerciaux.
- Diffusez les bonnes pratiques via des études de cas internes, des réunions d'équipe ou des canaux dédiés (ex. Slack).

Une exécution de qualité ne consiste pas seulement à éviter les erreurs. Il s'agit de créer une norme d'excellence qui sublime chaque interaction et maximise son impact. Dans le prochain chapitre, nous explorerons comment optimiser la gestion du temps pour garantir que les actions de votre équipe soient aussi efficaces que performantes.

CHAPITRE 3

Parlons du Temps

Le temps est l'une des ressources les plus précieuses dont dispose votre équipe. La façon dont il est géré peut influencer directement le rythme de votre croissance. Une mauvaise utilisation du temps n'a pas pour seul effet une baisse de la productivité : elle perturbe la dynamique, freine la créativité et il est plus difficile de profiter des opportunités majeures. Dans ce chapitre, nous allons voir comment aligner la gestion du temps avec des processus stratégiques, des outils innovants et un ciblage précis, afin de permettre à votre équipe de maximiser son impact.

Le temps perdu : une réalité

Malgré leurs efforts, les équipes commerciales sont souvent confrontées à des obstacles qui gaspillent un temps précieux et épuisent leur énergie. Voici quelques-uns des principaux coupables :

SURCHARGE DE CONTENU

Comme mentionné précédemment, les équipes sont souvent submergées par une quantité excessive de contenu, dont une grande partie est obsolète ou sans intérêt. D'après le rapport sur la valeur ajoutée de l'Enablement de Seismic, les commerciaux qui ne disposent pas d'une technologie d'enablement perdent en moyenne 10 heures par semaine à rechercher les bons supports ou à créer les leurs, ce qui entraîne des incohérences et des problèmes de conformité, notamment dans les industries hautement réglementées.

FATIGUE LIÉE AUX OUTILS

Avec la prolifération des plateformes et des logiciels, les commerciaux se retrouvent parfois ralentis plutôt qu'aidés par la technologie. Passer d'un outil à l'autre nuit à la concentration et 50 % des technologies mises en place en entreprise ne sont jamais utilisées[5]. Investir dans les mauvais outils peut rapidement faire chuter votre taux de retour sur investissement.

COLLABORATION INEFFICACE

Un manque d'alignement entre les équipes et une communication fragmentée, notamment pour la préparation des rendez-vous clients, peuvent mener à des efforts dupliqués, des opportunités manquées et du retard dans la prise de décision. Dans le rapport Génération Enablement de Seismic, 58 % des répondants estiment que l'expansion des technologies d'enablement à l'ensemble de leur entreprise conduirait à une augmentation du chiffre d'affaires, tandis que 65 % y voient un levier d'efficacité opérationnelle.

DES ANALYSES SOUS-EXPLOITÉES

Beaucoup d'équipes n'utilisent pas les données disponibles pour identifier ce qui fonctionne réellement, ou ne le font pas assez régulièrement, ce qui les amène à maintenir des activités sans intérêt. Nous entendons souvent ce commentaire de la part des clients qui se renseignent sur les plateformes d'enablement. Comme l'a souligné Sam Buitendag d'Aerogen, leur recherche d'une nouvelle solution était motivée par "un besoin d'une plateforme entièrement intégrée et d'analyses basées sur les données".

Évaluer comment votre équipe gère son temps

Pour identifier les axes d'amélioration dans votre entreprise, posez-vous ces questions :

À quoi vos meilleurs commerciaux occupent-ils leur temps ?

Quels sont les tâches et processus qui prennent le plus de temps à votre équipe ?

Existe-t-il des dysfonctionnements pouvant être résolus grâce à de meilleurs outils ou workflows ?

Quelles sont les bonnes stratégies pour gagner du temps aujourd'hui ? Sont-elles utilisées par l'ensemble de l'équipe ?

À quelle fréquence analysez-vous vos données pour comprendre quelles activités produisent les meilleurs résultats ?

Disposez-vous d'analyses que vous n'exploitez pas encore pour mieux allouer le temps de votre équipe ?

Vos outils d'IA sont-ils utilisés à leur plein potentiel ?

Passer à l'Action

Optimiser le temps ne signifie pas simplement travailler plus vite, mais travailler plus intelligemment. Les équipes commerciales et enablement modernes s'appuient de plus en plus sur l'intelligence artificielle (IA) et des outils modernes pour fluidifier leurs processus et gagner en efficacité.

En 2024, Seismic a mené une étude sur la perception de l'IA par les responsables commerciaux et enablement. 92 % des répondants ont déclaré que les avancées en matière d'IA influencent leur décision d'augmenter les investissements en technologies d'enablement en 2025. Si votre entreprise envisage de suivre cette tendance, utilisez cette checklist pour évaluer vos choix technologiques.

Automatisez le coaching et le feedback

Un coaching efficace est essentiel pour maîtriser les compétences commerciales mais, mal structuré, il peut devenir une perte de temps. Les outils d'IA permettent aux managers de se concentrer sur le coaching stratégique, tout en offrant aux commerciaux les ressources nécessaires pour s'améliorer.

- ☐ Utilisez l'IA pour analyser les enregistrements de rendez-vous clients, d'emails et de présentations afin d'identifier rapidement les axes d'amélioration.
- ☐ Mettez en place des jeux de rôles virtuels augmentés sur l'IA pour perfectionner les argumentaires et la réponse aux objections.

63 % des entreprises utilisant déjà l'IA s'en servent pour optimiser l'apprentissage et le coaching.[6]

Améliorez la recherche et l'accès au contenu

Comme nous l'avons vu précédemment, les commerciaux perdent trop de temps à chercher des supports. Les solutions d'IA facilitent la recherche et l'accès rapide aux contenus pertinents.

- Mettez en place des outils d'IA pour référencer et classer les contenus afin d'améliorer leur accessibilité.
- Utilisez l'IA pour générer automatiquement des métadonnées et des descriptions afin de simplifier ce processus.

52 % des entreprises utilisant l'IA l'exploitent déjà pour améliorer la gestion et l'accessibilité du contenu.[7]

FOCUS SUR UNE EXPÉRIENCE RÉUSSIE

alteryx

Alteryx souhaitait améliorer la manière dont ses commerciaux accèdent aux bons contenus et formations tout en réduisant les barrières entre les équipes et le délai de montée en compétence. Ils ont opté pour une solution d'enablement basée sur l'IA afin de simplifier l'accès au contenu et accélérer leurs programmes d'enablement.

Avec Aura Copilot, l'assistant d'IA de Seismic, Alteryx publie du contenu 38 % plus rapidement, permettant aux commerciaux d'accéder plus facilement aux informations grâce à la recherche intelligente basée sur l'IA. Les vendeurs ont rapidement adopté la solution, l'utilisant plus de 1 200 fois pour se préparer à leurs rendez-vous clients, pour analyser la concurrence et pour améliorer leur approche commerciale.

Les résultats parlent d'eux-mêmes : des taux de réussite plus élevés, un onboarding plus rapide des nouveaux vendeurs et une équipe commerciale plus efficace.

Consultez l'étude de cas complète

Personnalisez du contenu à grande échelle

L'adaptation des supports aux prospects est un facteur clé pour générer de l'interaction, mais la personnalisation manuelle est chronophage. L'IA permet d'accélérer ce processus tout en garantissant la conformité à l'image de marque.

- ☐ Identifiez les contenus les plus fréquemment utilisés et établissez des modèles pour une personnalisation rapide.
- ☐ Utilisez des outils d'IA pour automatiser la personnalisation en fonction du secteur d'activité, du profil et d'autres besoins spécifiques, et gagnez du temps.
- ☐ Formez vos commerciaux aux bonnes pratiques de personnalisation tout en intégrant des contrôles de conformité automatisés.
- ☐ Formez vos commerciaux aux bonnes pratiques pour personnaliser le contenu tout en garantissant la conformité à l'image de marque et à la législation si nécessaire. Certaines plateformes augmentées par l'IA, comme la nôtre, assurent automatiquement la conformité de chaque élément de contenu personnalisé.

62% des entreprises utilisant l'IA s'en servent déjà pour la création et l'édition de contenu.[8]

Utilisez l'IA pour mieux comprendre les analyses

L'analyse des interactions commerciales permet d'optimiser les stratégies.

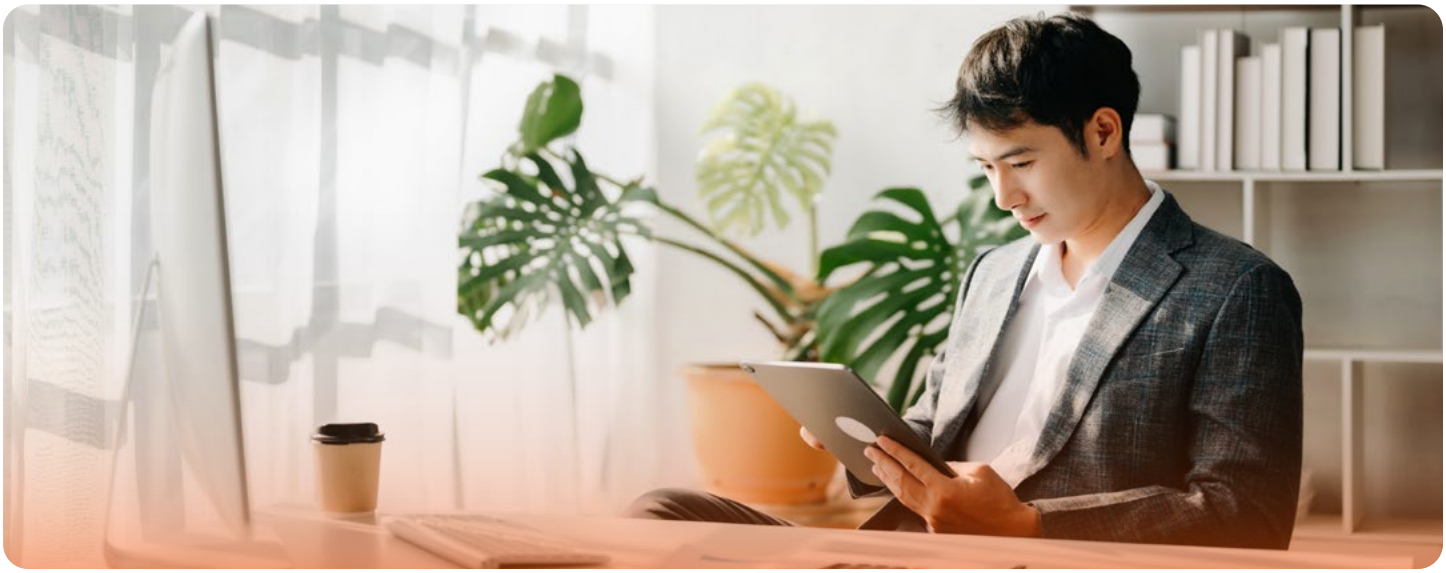
- ☐ Analysez les interactions commerciales pour identifier les modèles gagnants en matière de contenu et de méthode de vente.
- ☐ Mettez en place des outils d'IA pour évaluer l'impact des programmes d'enablement sur la performance commerciale et la croissance du chiffre d'affaires.

Dans le prochain chapitre, nous nous pencherons sur l'impact des distractions et sur la manière dont leur réduction peut aider votre équipe à rester au diapason et à être encore plus performante.

CHAPITRE 4

Réduire les Distractions

Les distractions sont des ennemies silencieuses de la productivité, perturbant la concentration et épuisant l'énergie de votre équipe. Contrairement aux idées reçues, ce n'est pas forcément le multitâche qui en est la cause principale, mais plutôt des problèmes systémiques plus profonds. Lorsque les priorités sont floues ou que les processus internes sont inutilement complexes, c'est comme jouer dans un orchestre désynchronisé : l'exécution devient chaotique et inefficace. Dans ce chapitre, nous allons identifier les principales sources de distractions et étudier des stratégies pour revenir au niveau de concentration et de fluidité dont votre équipe a besoin pour être performante.



Les véritables sources de distraction

Si vos commerciaux ont du mal à rester concentrés, ce n'est pas par flemmardise. Ce sont plutôt les obstacles internes qui les empêchent d'être efficaces. Voici quelques problèmes fréquents qui pourraient ralentir votre équipe :

CHANGEMENTS DE PRIORITÉS INCESSANTS

Des ajustements trop fréquents des objectifs de l'entreprise laissent les équipes dans le flou. Si les priorités ne sont pas clairement définies et communiquées, les commerciaux passent plus de temps à essayer de s'aligner qu'à exécuter leurs tâches.

TROP DE RÉUNIONS INTERNES

Un emploi du temps saturé de réunions empêche les commerciaux de passer du temps avec les clients. Des réunions inutiles ou mal structurées cassent le rythme de travail. Selon une étude de Microsoft, le temps consacré aux réunions a triplé depuis la pandémie[9]. Vous l'avez sûrement constaté vous-même.

COMMISSIONS SUR LES VENTES INADAPTÉES

Si les incitations financières ne sont pas alignées sur les objectifs stratégiques, les commerciaux risquent de se concentrer sur les mauvaises actions, voire de perdre toute motivation.

MAUVAISE COLLABORATION ENTRE LES SERVICES

un manque de coordination entre les équipes commerciale, marketing et enablement entraîne des efforts en double et des opportunités manquées.

PROCESSUS INEFFICACES

Des approbations superflues, des workflows flous ou des processus obsolètes ralentissent les équipes et les empêchent de se consacrer à leurs clients.

TECHNOLOGIES MAL INTÉGRÉES

La surabondance d'outils mal connectés crée plus de problèmes qu'elle n'en résout. Les commerciaux perdent du temps à jongler entre différentes plateformes et à rassembler des informations éparpillées.

Évaluer l'impact des distractions sur votre équipe

Prenez un moment pour analyser comment les distractions affectent votre équipe en vous posant ces questions :

Les objectifs de votre équipe sont-ils clairement définis et cohérents ?

À quelle fréquence les priorités changent-elles ? Comment cela impacte-t-il la concentration de l'équipe ?

Combien de temps votre équipe passe-t-elle en réunions chaque semaine ?

Ces réunions apportent-elles une valeur réelle, ou pourraient-elles être restructurées voire supprimées ?

Les plans de rémunération encouragent-ils les bons comportements chez les commerciaux ?

Quels processus créent le plus de frictions pour votre équipe ?

Vos outils sont-ils des aides ou des freins à la productivité ?

☐ Aide ☐ Frein

Passer à l'Action

Réduire les distractions ne se fait pas avec de simples bonnes intentions. Cela nécessite une approche structurée et réfléchie. En les éliminant, votre équipe pourra retrouver sa concentration et se consacrer aux activités qui génèrent un impact réel. Améliorez vos workflows, supprimez des outils et des réunions, et veillez à la cohérence entre les objectifs de l'entreprise et les rémunérations. L'élaboration d'une culture d'entreprise qui privilégie la concentration tout en minimisant les perturbations inutiles aidera votre équipe à garder le rythme et à donner le meilleur d'elle-même.

Voici des mesures concrètes pour aider votre équipe à rester concentrée :

Clarifiez et simplifiez les priorités

Donner aux commerciaux des objectifs clairs permet d'éviter les actions inutiles et d'assurer un alignement optimal avec la stratégie d'entreprise.

- ☐ Définissez et communiquez régulièrement les objectifs et résultats clés attendus pour travailler en tout cohérence. Limitez les changements de priorités à des cycles trimestriels ou semestriels pour éviter la confusion.
- ☐ Lorsque des priorités doivent évoluer, adoptez une stratégie de gestion du changement.
- ☐ Évaluez les obstacles potentiels à l'adoption de la stratégie et déployez une méthodologie de gestion du changement pour assurer le succès à long terme (notre équipe Services Stratégiques d'Enablement ne jure que par le modèle ADKAR pour la gestion du changement et l'utilise souvent pour guider les équipes pendant la transition vers notre solution).
- ☐ Impliquez la direction et les équipes enablement pour assurer l'alignement et réduire la résistance au changement.

Réduire le temps passé en réunions

Limiter les réunions inutiles permet aux commerciaux d'investir plus de temps dans les interactions avec les clients et la conclusion des transactions.

- Analysez les réunions récurrentes pour identifier celles qui peuvent être supprimées ou optimisées.
- Étudiez les processus de préparation aux réunions pour éviter les pertes de temps.
- Utilisez des outils de collaboration pour simplifier le travail en équipe et éviter des discussions inutiles en réunion.
- Bloquez des plages horaires ou des journées dédiées à la vente, sans réunion, pour favoriser la concentration.

FOCUS SUR UNE EXPÉRIENCE RÉUSSIE

Aerogen

erogen a travaillé en profondeur l'amélioration de la collaboration et de la préparation des rendez-vous clients grâce à l'implémentation de Seismic for Meetings. Ils ont utilisé l'outil pour identifier le parcours que la plupart des prospects suivent dans leur cycle d'achat, et l'optimiser.

Grâce à une stratégie d'enablement améliorée, la productivité des équipes a augmenté de 48 %, leur efficacité de 62 % et leur efficience de 40 %.

Consultez l'étude de cas complète

Alignez le système de commissions sur les objectifs

Les incitations financières doivent encourager les comportements qui génèrent un réel impact.

- Concevez des plans de rémunération qui récompensent directement les actions qui font avancer les objectifs stratégiques.
- Évaluez régulièrement les structures de rémunération pour vous assurer qu'elles produisent les bons résultats.
- Exploitez les données de performance et les analyses fournies par l'IA pour affiner vos modèles de rémunération.

Utilisez les données d'analyse de la performance et celles pilotées par l'IA pour affiner les modèles de rémunération et mesurer leur impact sur le chiffre d'affaires.

CHAPITRE 5

Tout mettre bout à bout

Faire croître son chiffre d'affaires n'est pas une question de chance. Cela repose sur des actions ciblées et stratégiques. En appliquant les principes de la formule que nous avons explorée ensemble (Activités, Qualité, Temps et Distractions) votre équipe peut révéler tout son potentiel. Dans ce dernier chapitre, nous allons revoir rapidement ces éléments et vous proposer une roadmap pour générer une croissance durable.

Revoyons la Formule

Tout au long de ce guide, nous nous sommes appuyés sur la formule suivante :

Croissance du Revenu = ((Activités × Qualité) / Temps) - Distractions

Chaque élément joue un rôle clé :

ACTIVITÉS

Les actions stratégiques et répétables qui génèrent de l'interaction et font avancer les opportunités commerciales.

QUALITÉ

L'excellence de l'exécution, garantissant que chaque action génère un impact réel et répond aux attentes des clients.

TEMPS

L'efficacité opérationnelle, permettant d'optimiser le rendement sans retards inutiles.

DISTRACTIONS

Les dysfonctionnements et interruptions systémiques qui nuisent à la concentration et gaspillent de l'énergie. Ils doivent être minimisés.

Lorsque ces éléments fonctionnent en harmonie, votre entreprise est prête à réaliser des résultats exceptionnels.

Dernière réflexion

Avant de refermer ce guide, prenez un moment pour réfléchir à votre parcours :

Qu'avez-vous appris sur votre équipe et son potentiel ?

Quels aspects de cette formule correspondent le mieux à vos défis actuels ?

Comment allez-vous mettre en œuvre ces enseignements dans les semaines et mois à venir ?

Ce guide n'est que le début. La véritable transformation se produit lorsque les connaissances sont mises en action. En adoptant cette formule et en s'engageant dans une amélioration continue, vous posez les bases d'une croissance durable et d'une réussite à long terme.

La roadmap pour une croissance durable

Maintenant que vous avez identifié les défis et lacunes dans votre approche de la croissance du chiffre d'affaires, il est temps de passer à l'action :

- [ ] **ANALYSEZ VOTRE SITUATION ACTUELLE**

  Evaluez les activités, la qualité d'exécution, la gestion du temps et les sources de distraction de votre équipe. Servez-vous des questions clés de chaque chapitre pour identifier vos forces et vos axes d'amélioration.

- [ ] **DÉFINISSEZ DES PRIORITÉS CLAIRES**

  Alignez les objectifs de votre équipe avec ceux de l'entreprise. Concentrez-vous sur les activités à fort impact qui génèrent des résultats concrets.

- [ ] **DONNEZ À VOTRE ÉQUIPE LES MOYENS DE RÉUSSIR**

  Fournissez les outils, formations et ressources nécessaires pour une exécution optimale. Obtenez l'adhésion des dirigeants pour soutenir ces projets et instaurer une culture de la formation continue.

- [ ] **UTILISEZ LA TECHNOLOGIE**

  Exploitez l'IA et l'analyse de données pour identifier les informations clés, automatiser les tâches répétitives et personnaliser les interactions clients. Investissez dans des plateformes qui fluidifient les workflows et améliorent la collaboration entre les équipes.

- [ ] **SURVEILLEZ ET AJUSTEZ**

  Revoyez régulièrement cette formule pour garantir son alignement avec vos objectifs qui ne cessent d'évoluer. Restez ouvert aux expérimentations et aux innovations pour affiner votre approche au fil du temps.

Franchissez le pas

Prêt à booster la croissance de votre chiffre d'affaires ? Seismic Enablement Cloud permet aux équipes en relation avec la clientèle de développer les bonnes compétences, d'accéder aux bons contenus, et d'utiliser les bons outils et analyses pour générer de la valeur ajoutée et faire croître leur chiffre d'affaires.

Obtenir une vision plus claire des défis et opportunités propres à votre entreprise.

Découvrir comment la plateforme d'enablement de Seismic peut combler vos lacunes.

Voir comment nos outils et nos connaissances éprouvées peuvent vous aider à mettre en œuvre cette formule magique.

N'attendez plus pour transformer votre stratégie de croissance. Planifiez votre démo Seismic dès aujourd'hui et allons ensemble vers de nouveaux sommets !

A propos de Seismic

Seismic est le leader mondial de l'enablement, aidant les entreprises à interagir avec les clients, à former les équipes et à doper la croissance du chiffre d'affaires. Seismic Enablement Cloud™ est la plateforme d'enablement la plus puissante et la plus unifiée. Elle dote les équipes en charge de la relation client des compétences, du contenu, des outils et des connaissances nécessaires pour se développer et réussir. Des plus grandes entreprises du monde aux startups en passant par les PME, plus de 2 000 entreprises dans le monde font confiance à Seismic pour leurs besoins en Enablement. Seismic a son siège social à San Diego et possède des bureaux en Amérique du Nord, en Europe et en Australie.

Pour en savoir plus, consultez **Seismic.com/fr** et suivez-nous sur **LinkedIn**, **X (anciennement Twitter)** et **Instagram**.

VISITEZ NOTRE SITE WEB →

© 2025 Seismic. Tous droits réservés.