

Être réactif pour faire la différence : et si je développais la mobilité dans mon entreprise ?

N'avez-vous jamais utilisé votre smartphone ou votre tablette tactile dans le cadre d'échanges professionnels ? N'avez-vous jamais eu besoin d'une donnée conservée dans votre entreprise, alors que vous êtes en déplacement ? Appuyez-vous sur les nouveaux usages mobiles pour développer la productivité de vos collaborateurs.

Quels sont vos nouveaux besoins ?

Améliorez la productivité

Télétravail, déplacements réguliers, multi-support (ordinateurs portables, tablettes tactiles, smartphones) vont de pair avec un besoin permanent d'accéder en temps réel à ses données.

Un commercial doit pouvoir réagir n'importe quand et n'importe où à la demande d'un de ses clients en ayant en sa possession tous les éléments qui lui permettront d'y accéder au mieux (historique du client, état des commandes en cours, etc.).

Généralisez l'accès à l'information

Le fait d'ouvrir le système d'information à une majorité de collaborateurs et de leur donner accès à leurs indicateurs, y compris en situation de mobilité, est devenu, pour les entreprises, une vraie gageure de productivité et de continuité d'activité.

Comment y répondre ?

Obtenez une information en temps réel

Offrez à vos équipes tant dirigeantes que terrain (commerce et achat par exemple) la possibilité de pouvoir consulter leurs données où qu'ils se trouvent et quel que soit leur équipement : indicateurs de gestion, top clients, palmarès des ventes, informations critiques...

Pour vos équipes nomades, créez de la valeur ajoutée en développant l'accessibilité à leurs outils de travail quotidiens (par exemple fiches clients, devis, bons de commandes) : ils n'en seront que plus efficaces !

Comment se différencier de la concurrence ?

Gagnez en réactivité

Gagner en mobilité vous permet de vous distinguer de la concurrence par votre réactivité et votre flexibilité.

Dans n'importe quelle situation, vous pouvez désormais saisir vos données chez le client (création de devis, prise de commande,...) et renseigner automatiquement le système pour que l'information soit répercutée en temps réel au niveau des autres services (production, facturation, etc.).

Ainsi, non seulement vos équipes peuvent réduire le temps auparavant inexploité entre deux rendez-vous, mais en outre, les différents workflows inhérents à votre activité sont fluidifiés et accélérés.

Travailler en mobilité, c'est aussi remonter et tracer les actions terrain grâce aux capteurs des appareils, gagner en temps et en simplicité d'exécution des tâches récurrentes, accroître la satisfaction client tout en améliorant votre image.



“
La mobilité,
c'est une
connexion
permanente
avec votre
marché !”

Sage 2013 © - Société par Actions Simplifiée au capital social de 500.000 euros - Siège social : le Colisée II, 10 rue Fructidor 75834 Paris Cedex 17 - RCS Paris, 313 966 129 - La société Sage est locataire-gérant des sociétés Ciel et Sage FDC. Les informations contenues dans ce document peuvent faire l'objet de modifications sans notification préalable - Crédit photos : Kerry Harrison - S606 EXP 01-13 - studioPAOSage

sage

3 solutions pour aider votre entreprise à croître



Comment mieux gérer vos ventes ?

Comment bien penser à sa base clients ?

L'objectif : être plus qu'un simple fournisseur à leurs yeux. Il faut devenir un vrai partenaire ! Il est nécessaire d'anticiper, innover et offrir de la flexibilité et de la valeur ajoutée en devenant le partenaire de vos clients.

Placez vos clients au centre de vos préoccupations Tout commence par la définition de la solution que vous leur apportez. Ecoutez vos clients et gagnez du temps en utilisant des outils spécialisés dans la gestion de la relation client. Ils vous apporteront tous les supports et éléments nécessaires pour cibler immédiatement leurs besoins et piloter votre activité. En connaissant leurs besoins et attentes, leurs activités, leurs marchés... vous pouvez plus facilement les toucher et les intéresser.

La simplicité, la souplesse et la réactivité sont vitaux pour faire croître votre activité

Il faut mettre de l'humain, mais également se former pour intégrer au mieux les outils modernes de communication, gagner du temps et améliorer la productivité de votre activité.

Comment centraliser sa base client ?

Centralisez toutes vos données dans un fichier clients

Pour bien vendre, il est indispensable de bien connaître ses clients. Commencez par rassembler en un seul endroit les fichiers Excel, les cartes de visites, les contacts téléphoniques, les emails... Car c'est du chiffre d'affaires dormant. Pensez à rassembler tous les éléments utiles sur vos clients et prospects pour pouvoir, en un coup d'œil, retrouver les informations utiles en fonction des situations.

Et si vos meilleurs prospects étaient vos clients actuels ?

Fidéliser coûte deux fois moins cher que prospecter. Commencez par exploiter votre capital clients : détection des inactifs, gamme de produit évolutive, offres tarifaires... Utilisez pour cela un outil simple et sécurisé pour conserver ces éléments stratégiques et définissez une politique de communication pour vous aider à développer votre business.



Comment sécuriser votre chiffre d'affaires ?

Informez-vous sur vos concurrents

Récupérez et stockez les éléments diffusés par la concurrence comme les publicités, les contrats ou les présentations d'offres pour affiner votre propre stratégie.

Valorisez vos produits et prestations

Mettez à jour votre catalogue produit et suivez vos coûts de fabrication pour être sûr de vendre au meilleur prix.

Accélérez le cycle des ventes

Automatisez les processus, suivez et augmentez votre taux de transformation pour dégager rapidement du chiffre d'affaires. Et privilégiez les modèles de vente en facturation récurrente.

Piloter votre activité : comment anticiper au quotidien ?

Quels besoins ? Pour quelle utilité ? À quelle fréquence ?

Anticiper et prendre des décisions grâce au pilotage vous garantit le contrôle de votre activité.

Mettez en place le plus rapidement possible ce type d'indicateurs.

Vous pouvez notamment vous appuyer sur des outils professionnels qui vous garantissent une plus grande efficacité et cohérence dans la prise de décision quotidienne :

- Suivi périodique d'**indicateurs** clés (a minima mensuel)
- **Marché** : dégager les tendances et les gisements de croissance
- **Client** : identifier vos meilleurs clients pour pouvoir compter sur eux. Il est important de définir un profil type pour capitaliser sur votre expérience.
- **Interne** : vos meilleurs commerciaux, leur activité, les primes associés, les produits qu'ils vendent le plus facilement pour une vision globale de votre activité
- Grâce à la **base client et aux tableaux de bord**, mener des actions ciblées sans se disperser inutilement. Vous pourrez ainsi optimiser votre offre produits/services en fonction des éléments fournis dans vos tableaux de pilotage

Quels indicateurs mettre en place ?

Choisissez des indicateurs simples pour une compréhension immédiate de votre activité :

- Suivi du **chiffre d'affaires** et de la **marge**
- Suivi des **tops 10** (produits, clients, commerciaux, opérations commerciales, campagnes d'emailing...) pour améliorer votre efficacité commerciale
- **Répartition géographique** de vos clients,

de vos ventes, de votre force de vente, de vos stocks, de votre marge...

- **Suivi de l'avancement** des devis, taux de transformation, temps moyen du cycle de vente (de la détection à la signature du contrat), afin d'en analyser et d'en optimiser la rentabilité pour optimisation et analyse de la rentabilité des actions
- **Gestion de stocks** : flux tendu, suivi des entrées et sorties de marchandises, état et suivi des livraisons...
- **Suivez vos contrats et vos facturations** : éviter les retards de paiements et les impayés

Les besoins varient nécessairement en fonction des secteurs :

- **Industrie et négoce** : calcul des coûts de fabrication, simulation de la chaîne de fabrication (temps et coûts), suivi des délais, gestion des stocks, contrôle des livraisons client, alerte sur retard de livraison...
- **Services** : gestion du SAV (gestion de l'abonnement, services à fournir, délais d'interventions...), suivi des commissions et des facturations, suivi des services "vache à lait"...

Une fois ces indicateurs mis en place à partir de votre base clients, il est important de pouvoir y accéder à n'importe quel moment !



Anticiper et prendre des décisions grâce au pilotage vous garantit le contrôle de votre activité.