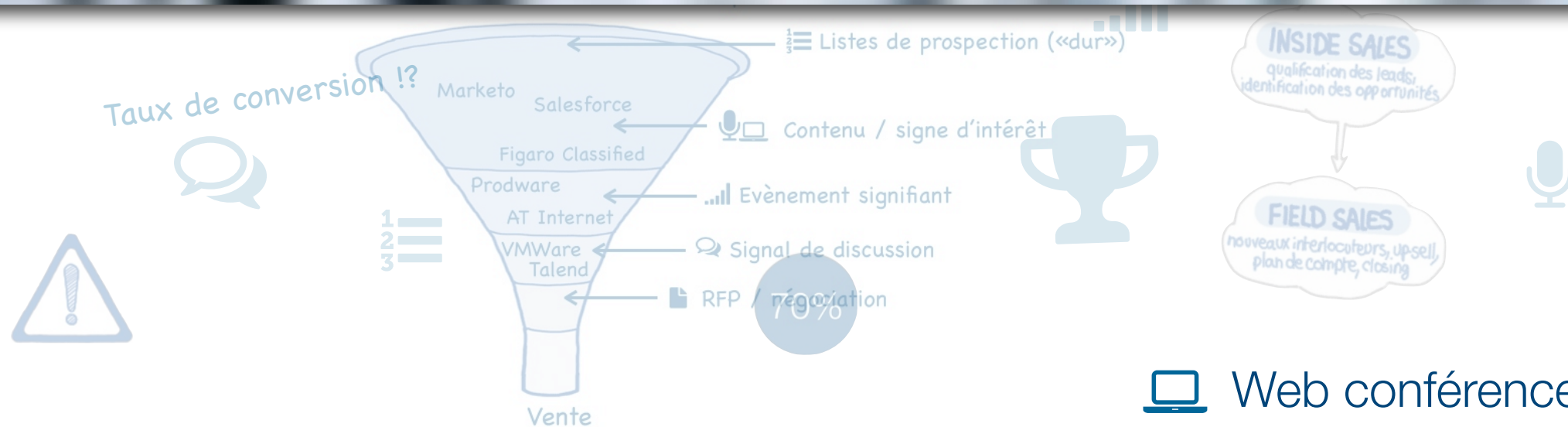


Prospecter par ses réseaux : comment Salesforce utilise le social selling ?

📅 mercredi 16 avril à 11h30



IKO SYSTEM



 Web conférence du 16 avril 2014

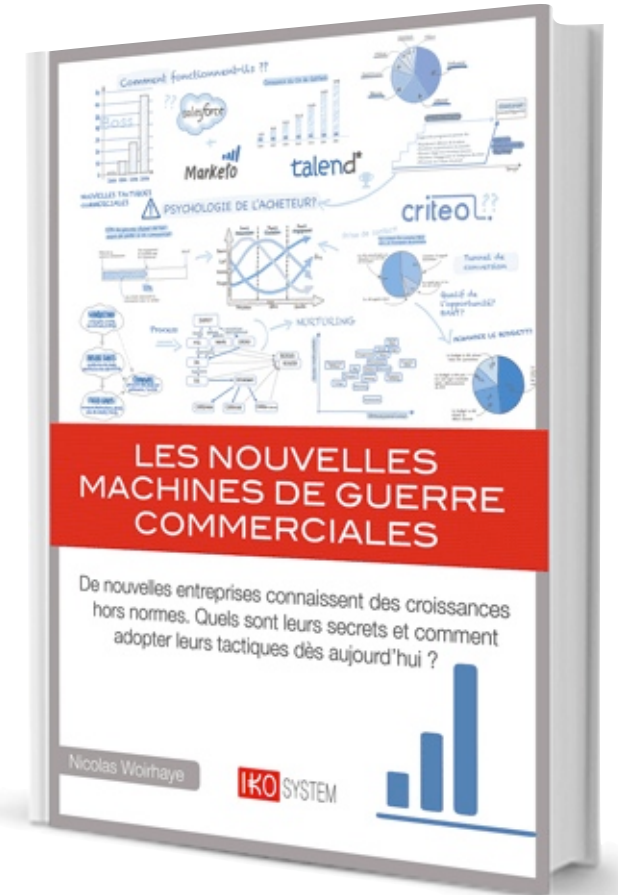


Nicolas Woirhaye
Co-fondateur, IKO System www.iko-system.com

Auteur du livre «Les Nouvelles Machines de Guerre Commerciales» (Janvier 2014)

Aime : la psychologie de l'acheteur, les actes gratuits, les process commerciaux

N'aime pas : le boulgour, les tâches répétitives



Organisation de la web-conférence

Se connecter sur <http://www.iko-system.com/fr/social-selling-la-video/>

Posez vos questions dans les commentaires au fur et à mesure (je répondrai à la fin).





Attention, buzz word !



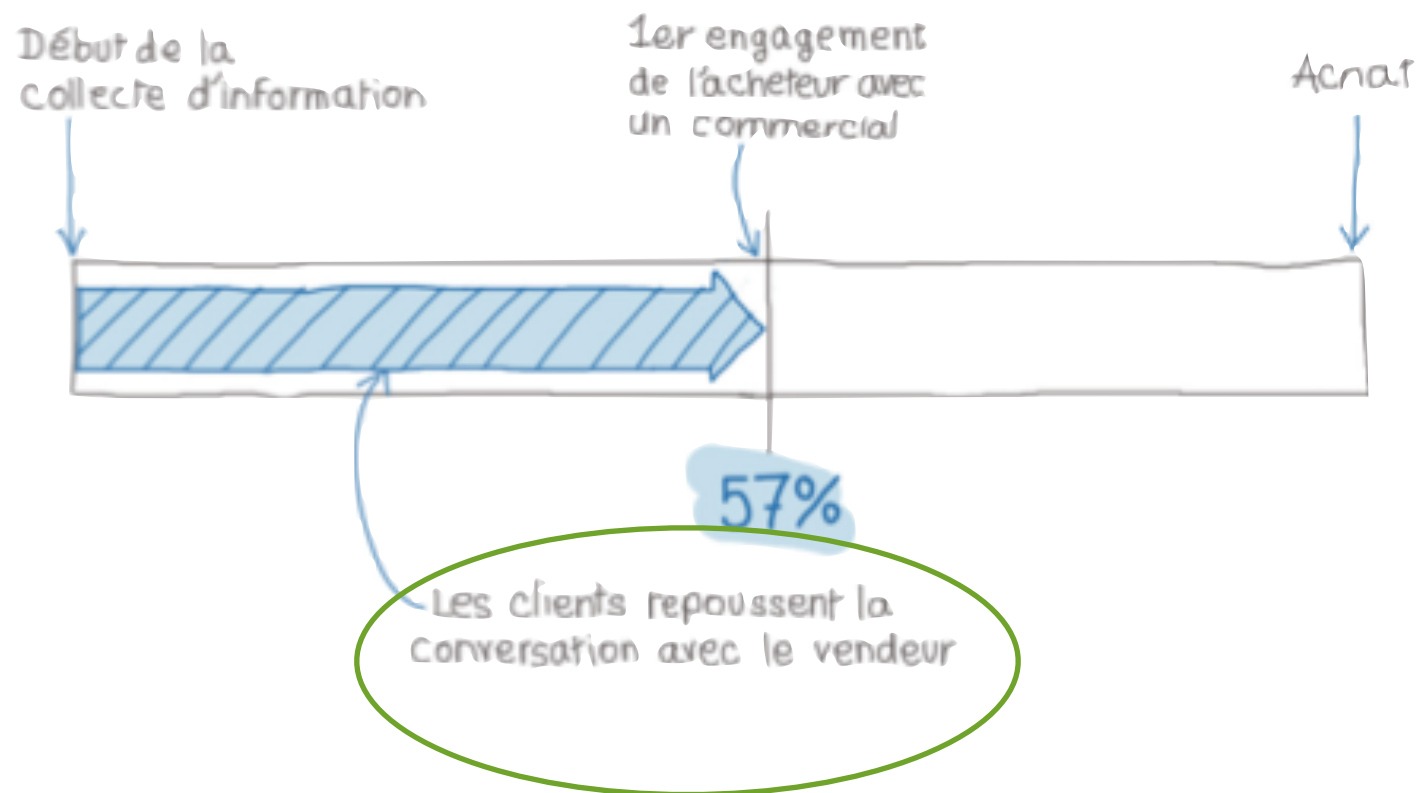
Technique de prospection et de fidélisation utilisant les réseaux sociaux pour générer des prospects, accélérer le cycle de vente, et joindre les décideurs.

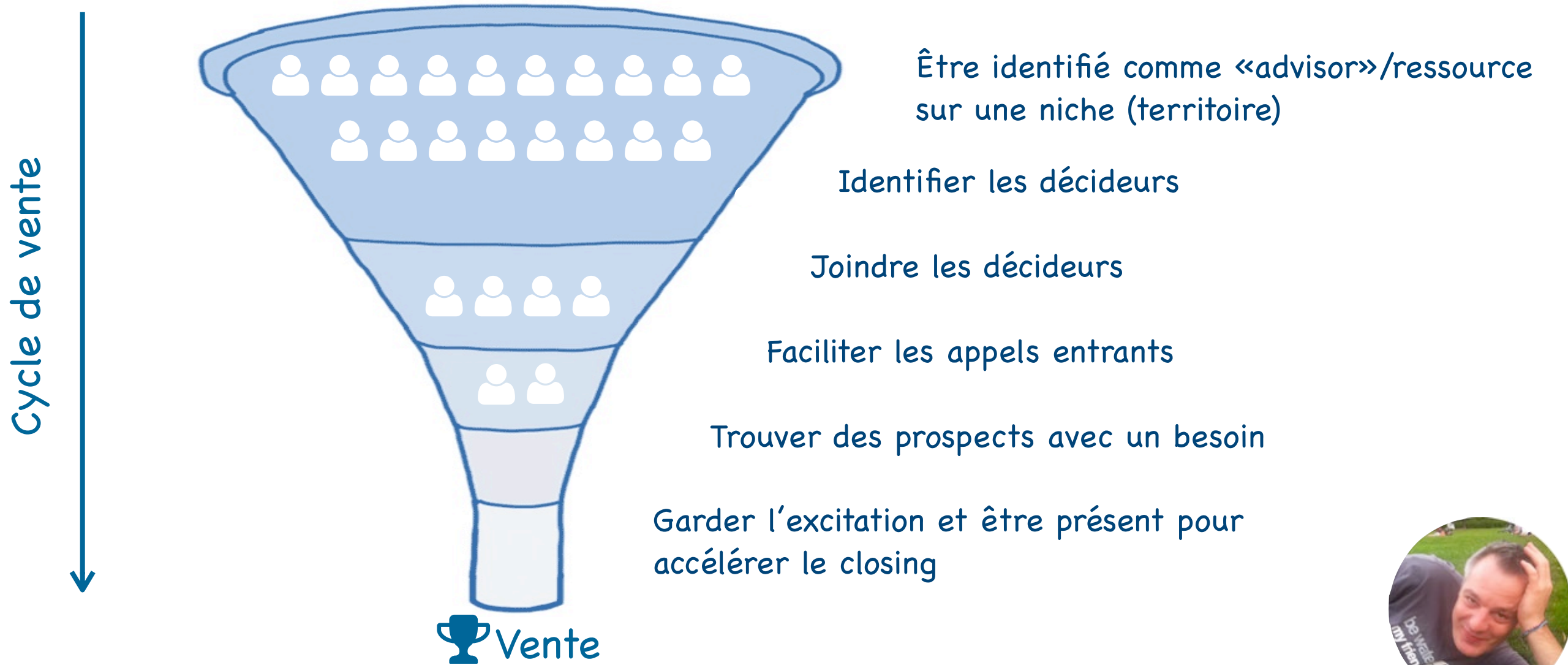


- ▶ Pourquoi Salesforce fait du social selling ?
- ▶ Du *Social* au *Selling*
 - ▶ *Suivre ses prospects/clients*
 - ▶ *Diffuser quoi ? et où ?*
 - ▶ *Qualifier ses prospects sur Internet*
 - ▶ *Atteindre les décideurs par les introductions*
- ▶ Les dangers/obstacles
- ▶ Prioriser ses actions par ROI



57% du process d'achat est fait
avant de parler à un commercial.







SALESFORCE.COM

Revenus: \$4MM (+33%)

2'000+ commerciaux



Ce qui marche ici pour des milliers de commerciaux peut marcher pour n'importe quelle entreprise.



Suivre

Communiquer

Social

Comprendre

Engager

+ *Selling*



Suivre

Communiquer

Comprendre

Engager

1. Suivre ses prospects et ses clients

■ Oracle - **Oracle overtakes IBM as second-largest software vendor, Gartner says**

PC World - Tuesday, April 1, 2014

Oracle has overtaken rival IBM as the world's second-largest software vendor by pulling in US\$29.6 billion in software revenue during 2013, according to analyst firm Gartner. "Global trends around big data and analytics with business investment in database and cloud-based applications helped to drive Oracle's top-line growth," Gartner research vice president Chad Eschinger said in a statement ...

Investments Financials Market/Competition



Ada Chen Rekhi ★

job change from "Product Marketing" at + LinkedIn to "VP, Product & Online Marketing" at + SurveyMonkey

Wednesday, April 2, 2014



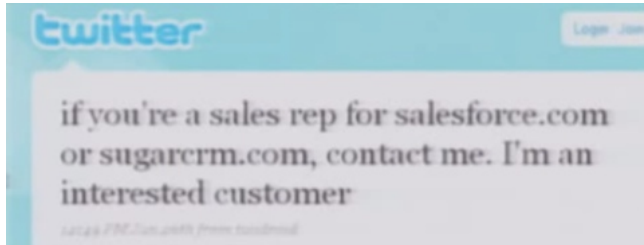
Suivre

Communiquer

Comprendre

Engager

2. Détecter des nouveaux comptes avec des besoins *implicites* ou *explicites*



■ CEGID - **Cegid : lance une nouvelle offre.**

Boursorama - Monday, February 3, 2014

(CercleFinance.com) - Cegid, éditeur de solutions de gestion BtoB, confirme son ambition d'accompagner la transformation numérique des entreprises et collectivités locales.

Nouvelles offres et produits Présentations et stratégies Conformité

Je cherche une Société ou un AgentCO avec Show-Room dans Paris ou proche banlieue pour une éventuelle collaboration/association

Lancée par Piero Orsola, Pilotage Projets Presse, Agent Commercial, Marketing et Conseil en management



Suivre

Communiquer

Comprendre

Engager

2 objectifs :

1. Générer des prospects entrants
2. Réduire le cycle de décision

Efficacité = bonne attitude + bons contenus + bons médias



Suivre

Communiquer

Comprendre

Engager



De la bonne attitude en Speed Dating



« Je suis hyper content, je viens de publier mon livre » *Promotionnel*



« J'ai entendu dire que Pinterest... » *Curatif*



« Tu es belle, je peux avoir ton numéro ? » *Demande sauvage*



« C'est quoi tes prochains projets ? » *Conversationnel*



Suivre

Communiquer

Comprendre

Engager

Quel contenu partager ?

- ▶ Curation à valeur ajoutée
- ▶ Questions ouvertes
- ▶ Contenus officiels type success story/event/ebook



Suivre

Communiquer

Comprendre

Engager



Respecter la règle du

4-1-1

- ▶ 4 contenus éducatifs/conversationnels
- ▶ pour 1 contenu promotionnel soft/indirect
- ▶ et 1 contenu promotionnel direct



Exemple avec +JillRowley

 **Jill Rowley**
Partagé en mode public - 23 mars 2014 #Facebook

After a bad experience, 60% (of 25-34 year olds) tell a friend, 31% share on Facebook, and 20% write a review.

 A Customer's Moment of Truth – And How One Company Missed That


EDUCATIF

 **Jill Rowley**
Partagé en mode public - 10 mars 2014 #SXSW

What Meghan said! Fun times at #SXSW

Meghan M. Biro a initialement partagé :
Because *this* is how we roll in Austin—by rickshaw!
+Carter Hostelley +Karri Carlson Leadtail Texas Trike Pilots and
Lire la suite

CONVERSATIONNEL

 **Jill Rowley**
Partagé en mode public - hier à 13:55


Being an entrepreneur also takes courage – lots of it!!

Brett Relander a initialement partagé :
What every #Entrepreneur needs.

WHAT EVERY ENTREPRENEUR NEEDS


PASSION, PERSEVERANCE, PERSISTENCE DREAMER'S SPIRIT

CURATIF

 **Jill Rowley**
Partagé en mode public - hier à 13:55 #B2B

"We will see budgets shift from traditional training and tools to social sales-focused tools, intelligence and training. Also, look for B2B sales teams to be empowered to be micro-marketers and content providers through social media." +julio viskovich

EDUCATIF


 **Jill Rowley**
Partagé en mode public - 25 mars 2014 #SocialSelling

Wearing my #SocialSelling Superhero cape for this interview with +Mark Fidelman


Jill Rowley (Social Selling Evangelist) Discusses Her Social Selling Superpower! (IBM Ecosystem Development Blog)

IBM

PROMOTIONNEL

 **Jill Rowley**
Partagé en mode public - 21 mars 2014 #FridayHangout

Starting in 5 minutes! #SocialSelling Google+ #FridayHangout.

 THE Friday hangout

THE Friday Hangout | Jill Rowley on Social Selling
thefridayhangout.com

PROMOTIONNEL

Suivre

Communiquer

Comprendre

Engager

Où partager ?

1. Où sont vos clients ?

2. Avec quelle plateforme êtes-vous confortable ?

Se joindre à 3 ou 4 groupes actifs sur une cible hyper précise



Si vous n'avez rien d'intéressant à dire... taisez-vous !





Pierre Polycarpe

1^{er} 

:: Modern HR aficionado. Terrific talent adventurer ::
France | Logiciels informatiques

Actuel

Oracle

Précédent

SuccessFactors, an SAP Company, Taleo, Des
Systèmes et des Hommes / Talentys

Études et formations

Ecole de Management de Lyon

Envoyer un message

+ de 500
relations

★ Niveau de relation

📁 Coordonnées

Last Conversation 12 days ago

Parcours



Résumé

I am a lucky man. I have been working on our boiling hot Talent and Human Capital Management (HCM) Market for the past 12 years. I have worked on 100+ European HCM projects, mainly with CAC40 and global companies and for the best HR vendors of the planet. How great is that to find out what next-gen HR is?

Cloud is my world. I love the beauty of SaaS. PaaS should be more than a dream and predictive HR a daily routine. "En avant!" is my moto.

I am desperately looking for terrific talent management good practices & stories. I'd love to see more social Core HR. Amazing Employee Experience will rule Corporate world. Mobile is present, not tomorrow. HR must give value ("or give notice"). HR technology has to make HR beautiful, especially in the eyes of Line of Business.



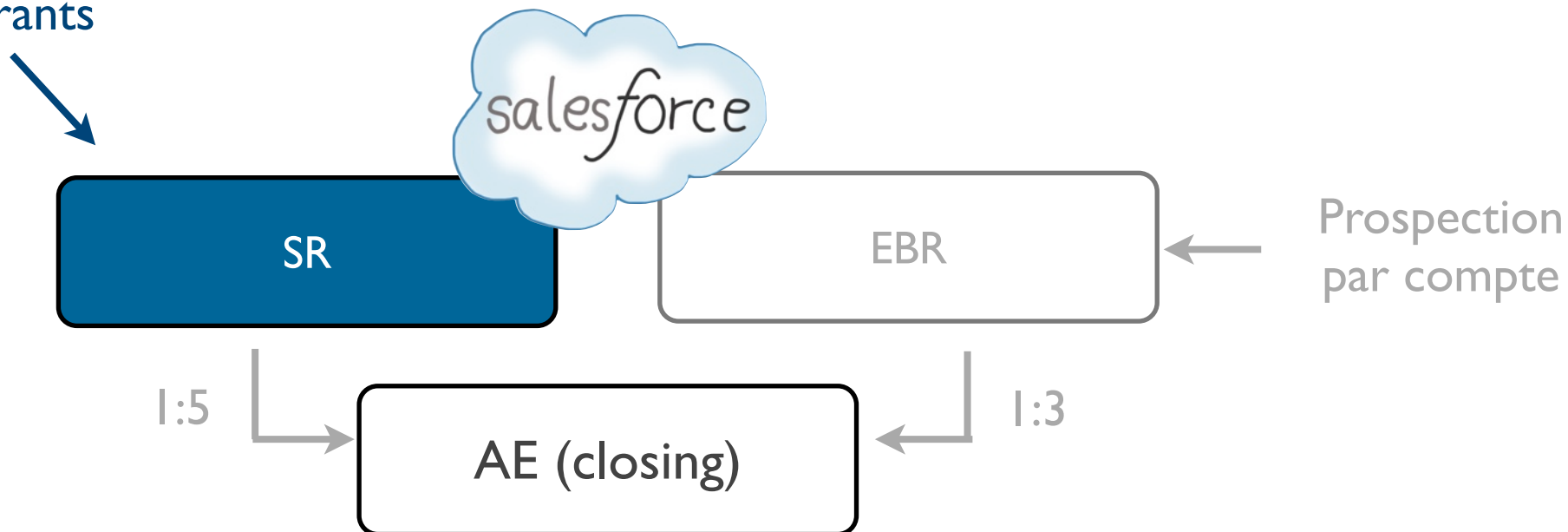
Suivre

Communiquer

Comprendre

Engager

Appels entrants



Suivre

Communiquer

Comprendre

Engager

- ★ Qualifier des leads entrants
- ★ Trouver les décideurs
- ★ Comprendre le contexte du compte avant d'appeler



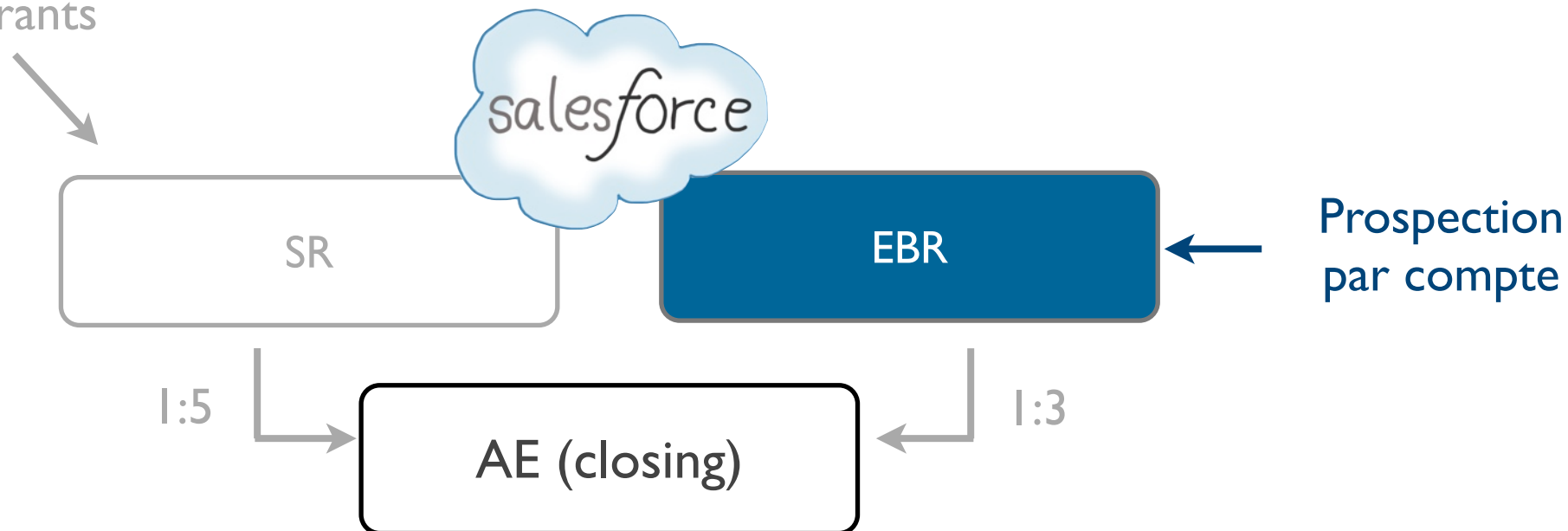
Suivre

Communiquer

Comprendre

Engager

Appels entrants



Suivre

Communiquer

Comprendre

Engager

Rien ne peut battre la force d'une mise en relation !

- ▶ 44% de prise de RdV si le référent est extérieur
- ▶ 88% si le référent est un collègue

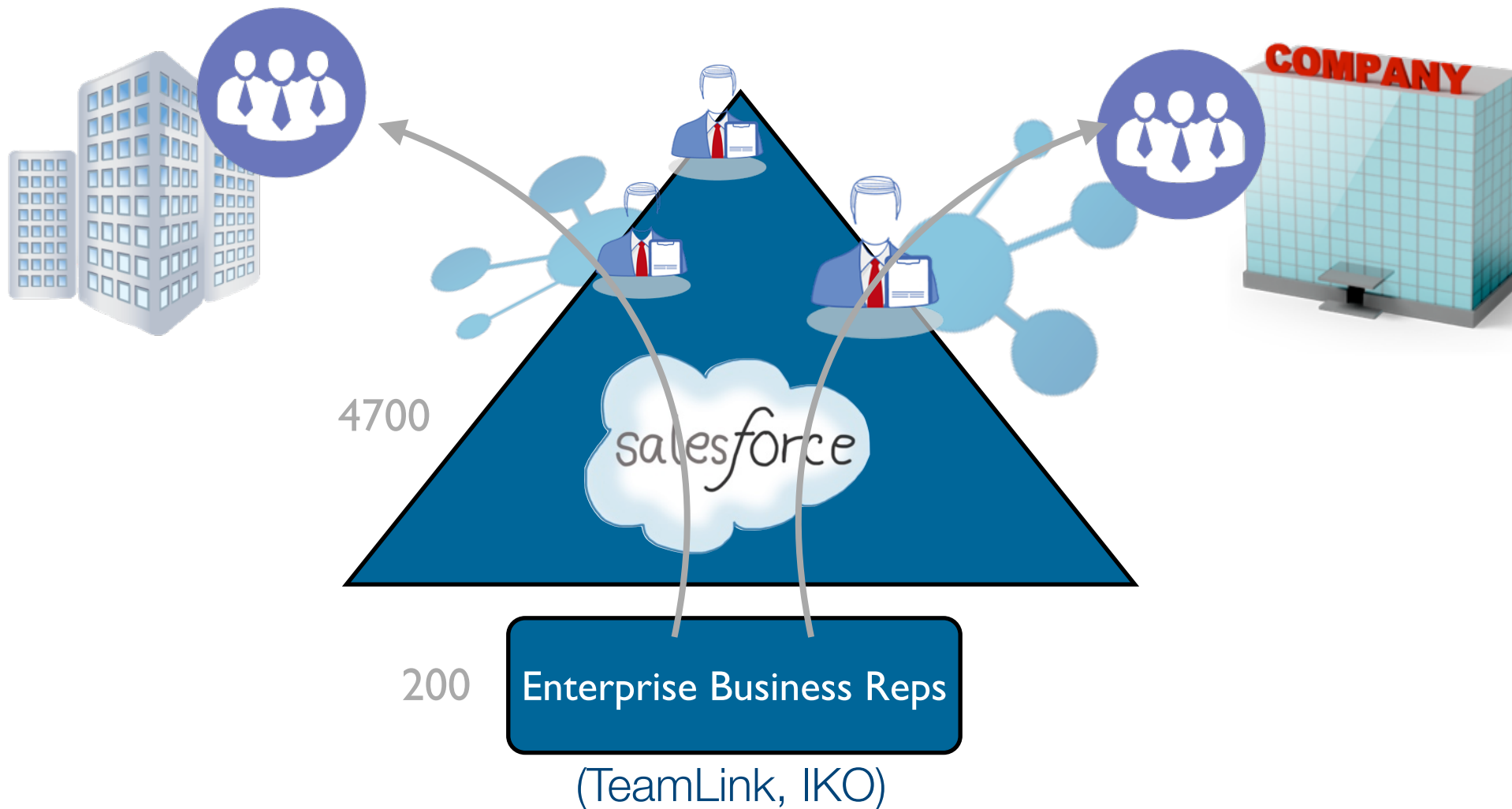


Suivre

Communiquer

Comprendre

Engager





Les dangers/obstacles

- ▶ déficit d'attention,
- ▶ déficit d'utilisation des plate-formes,
- ▶ déficit de motivation par les commerciaux,
- ▶ difficultés à mesurer les impacts/ROI,
- ▶ charge de travail pour le commercial,
- ▶ départ du commercial et perte du réseau



Prioriser les actions par ROI

- ▶ Joindre ses cibles par le jeu des introductions
- ▶ Toujours demander une introduction (chaque call, chaque meeting)
- ▶ Systématiser la compréhension du contexte avant un call/meeting (autorité, besoin, métier)
- ▶ Identifier où socialisent vos clients
- ▶ Suivre ses clients/prospects
- ▶ Partager/aider
- ▶ Structurer du contenu à diffuser

< 15 minutes
par jour





Construisons des machines de guerre commerciales

Questions/Réponses

www.iko-system.com

