

## Construire une machine de guerre pour la prospection et le travail de comptes

### Le contexte

Neolane est un éditeur de logiciel Français spécialisé dans les solutions de marketing automation et de communication.

La société jouit d'un positionnement de leader sur son marché et consolide sa position suite à son acquisition par d'Adobe.



### Les enjeux

Pour maintenir sa croissance exponentielle, Neolane a besoin de démultiplier sa prospection et mieux travailler ses comptes, plus rapidement.

Les commerciaux ont différents outils pour leur prospection (Nomination, LinkedIn, Salesforce) mais aucun n'offre d'avantage concurrentiel et leur utilisation est chronophage. Le cycle de vente est particulièrement long (6 à 12 mois) et nécessite un travail d'évangélisation dans toute la profondeur des organigrammes. La concurrence monte en puissance et peut compromettre l'investissement commercial.

### La solution mise en place

Neolane a sélectionné une équipe de 5 Inside Sales + 3 managers afin de tester la solution pendant 1 an. Les objectifs associés au projet sont simples :

- ▶ Augmenter de 20% les prises de rendez-vous
- ▶ Systématiser la construction de plans de comptes
- ▶ Monter des opérations «Blitz Day» face aux concurrents

Les consultants d'IKO ont accompagné les utilisateurs et les managers dans l'utilisation d'IKO et dans l'organisation de session de prospection à thème.

La solution est jugée pleinement opérationnelle 20 jours après son lancement.



“ *Les objectifs en terme de prise de rendez-vous et de détection d'opportunités ont été largement atteints. C'est pour cela que nous avons déployé IKO à l'ensemble de nos équipes commerciales.* ”

Jean-Louis Serradilla - Directeur Général France de Neolane