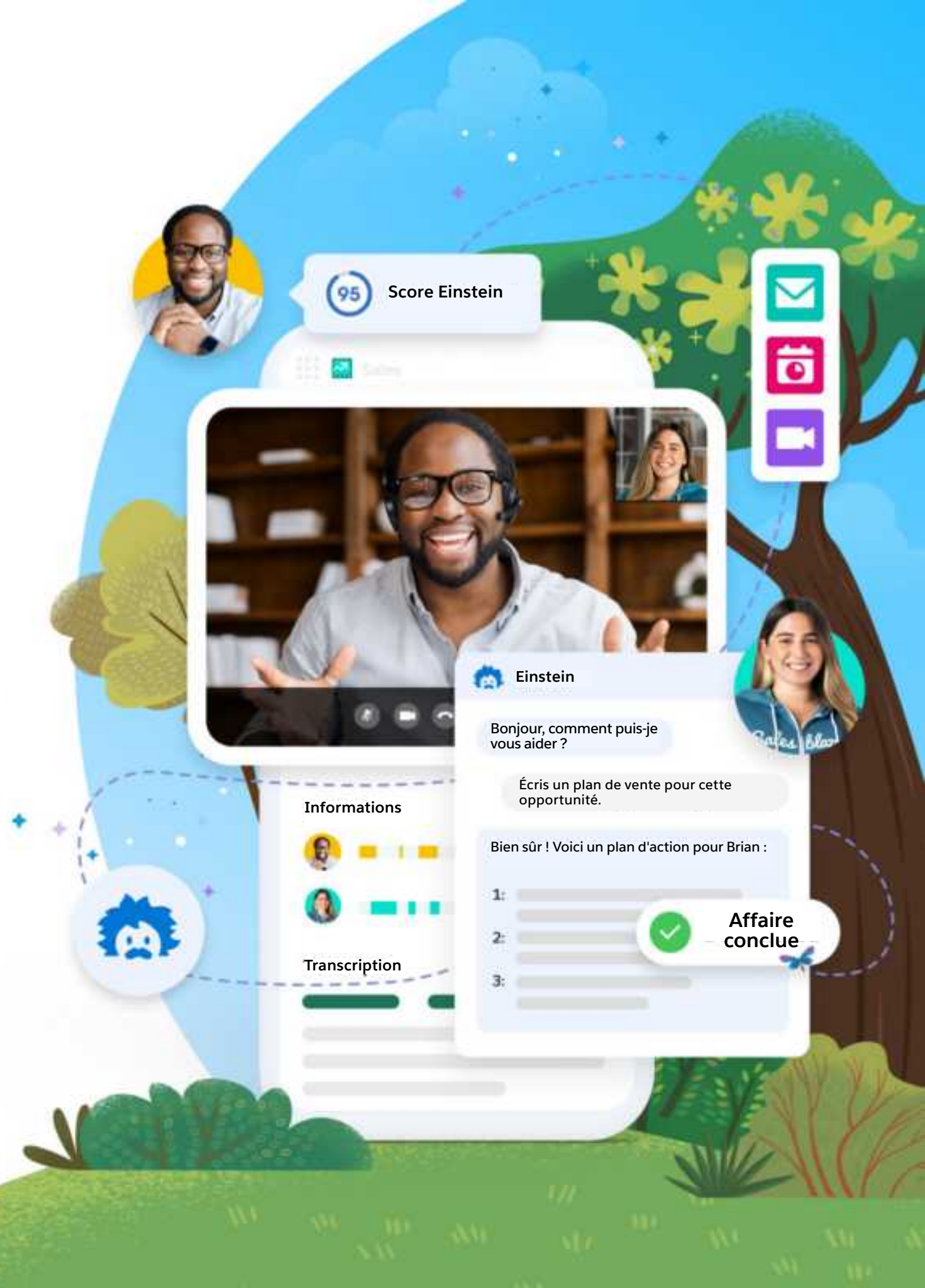


salesforce

Le Guide de l'IA pour la vente : 7 façons de conclure plus d'affaires grâce à l'IA

Un guide détaillé sur l'IA accompagné d'études de cas et des meilleures pratiques pour démarrer.



Sommaire

L'IA, ce collègue qui accélère les ventes 3

Études de cas

1 Automatisez la qualification des leads	4
2 Découvrez l'avenir de la vente	5
3 Écrivez des e-mails personnalisés grâce à un assistant de vente	6
4 Préparez-vous pour vos réunions en un clin d'œil	7
5 Obtenez de l'aide lors des appels grâce à la prise de notes automatisée	8
6 Éliminez la saisie de données	9
7 Concluez des ventes plus rapidement avec les ventes guidées	10
Quatre étapes pour se préparer à l'IA	11
Des ressources supplémentaires pour vous aider à vendre avec l'IA.....	12



L'IA, ce collègue qui accélère les ventes

L'intelligence artificielle pour la vente a atteint une étape charnière, les équipes de vente très performantes étant presque deux fois plus susceptibles de faire appel à l'IA que les équipes peu performantes. Cette technologie n'est pourtant pas tombée du ciel.

Il y a dix ans, l'**IA prédictive** faisait son apparition, sous la forme d'outils capables de suivre les données des clients et de fournir des insights et des recommandations aux commerciaux : les pistes les plus prometteuses, les affaires à risque et la possibilité d'atteindre les objectifs fixés.

Avec l'émergence de l'**IA générative** en 2022, cette technologie ne se contentait plus de nous informer. Elle créait du contenu pour nous. Elle résumait les appels, rédigeait des e-mails et concevait des scénarios de vente. Nous pouvions échanger avec l'IA non plus sous la forme de lignes de codes, mais sous la forme de conversations.

Plus récemment encore, l'**IA autonome** exécute des tâches complexes à la manière d'un assistant, notamment en chattant avec les visiteurs d'un site web pour les transformer en clients potentiels.

Comment se dessine l'innovation en matière d'IA pour les commerciaux :

IA PRÉDICTIVE

Obtenir des insights et déterminer les étapes suivantes grâce à l'IA.

« Parmi ces prospects, à qui dois-je vendre ? »

IA GÉNÉRATIVE

Demander à l'IA de générer du contenu.

« Écris un e-mail de présentation et envoie-le à ces prospects. »

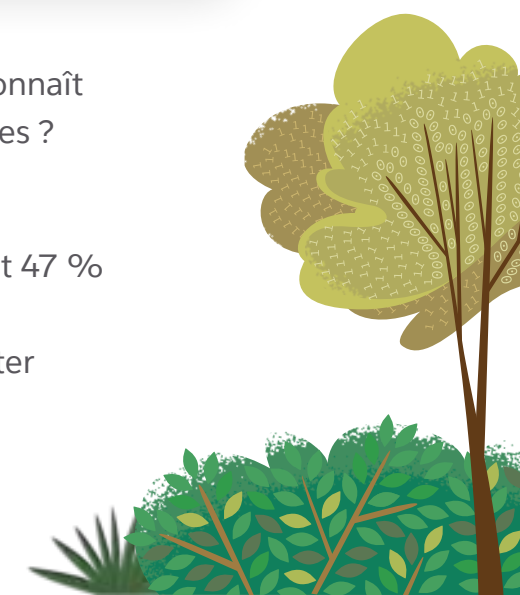
IA AUTONOME

Confier à l'IA des tâches plus complexes.

« Appelle les prospects qui ont répondu pour fixer un rendez-vous. »

En d'autres termes, l'IA ressemble de moins en moins à un programme informatique et de plus en plus à un collègue de travail. Elle connaît le client aussi bien que vous. Vous pouvez lui dire de venir à votre bureau, lui parler simplement et lui demander de l'aide. Les avantages ? Prospectez plus rapidement, vendez plus intelligemment et signez plus de contrats.

Pourtant, en dépit de tous ces progrès et de cet engouement pour l'IA, les équipes de vente se sentent prises au dépourvu. Seulement 47 % d'entre elles déclarent être en mesure de tirer le meilleur parti de l'IA générative dans le cadre de leur travail. Ce guide est là pour ça. Vous y trouverez des exemples des usages les plus notables de l'IA pour la vente, ainsi que les meilleures pratiques pour en faire profiter votre entreprise.



Automatisez la qualification des leads

Les représentants commerciaux passent 72 % de leur temps à effectuer des tâches sans lien avec la vente, et la prospection figure parmi les plus chronophages. Que diriez-vous de transformer votre site web en représentant commercial, et de vous appuyer sur l'IA pour vous envoyer des leads de qualité ?

Ce que peut faire l'IA :

Grâce à l'IA, le formulaire obsolète de votre site web disparaît au profit de conversations en direct, à l'aide d'un outil de chat qui parle aux leads et leur pose des questions pour les qualifier au moment décisif où ils se renseignent sur ce que vous vendez.

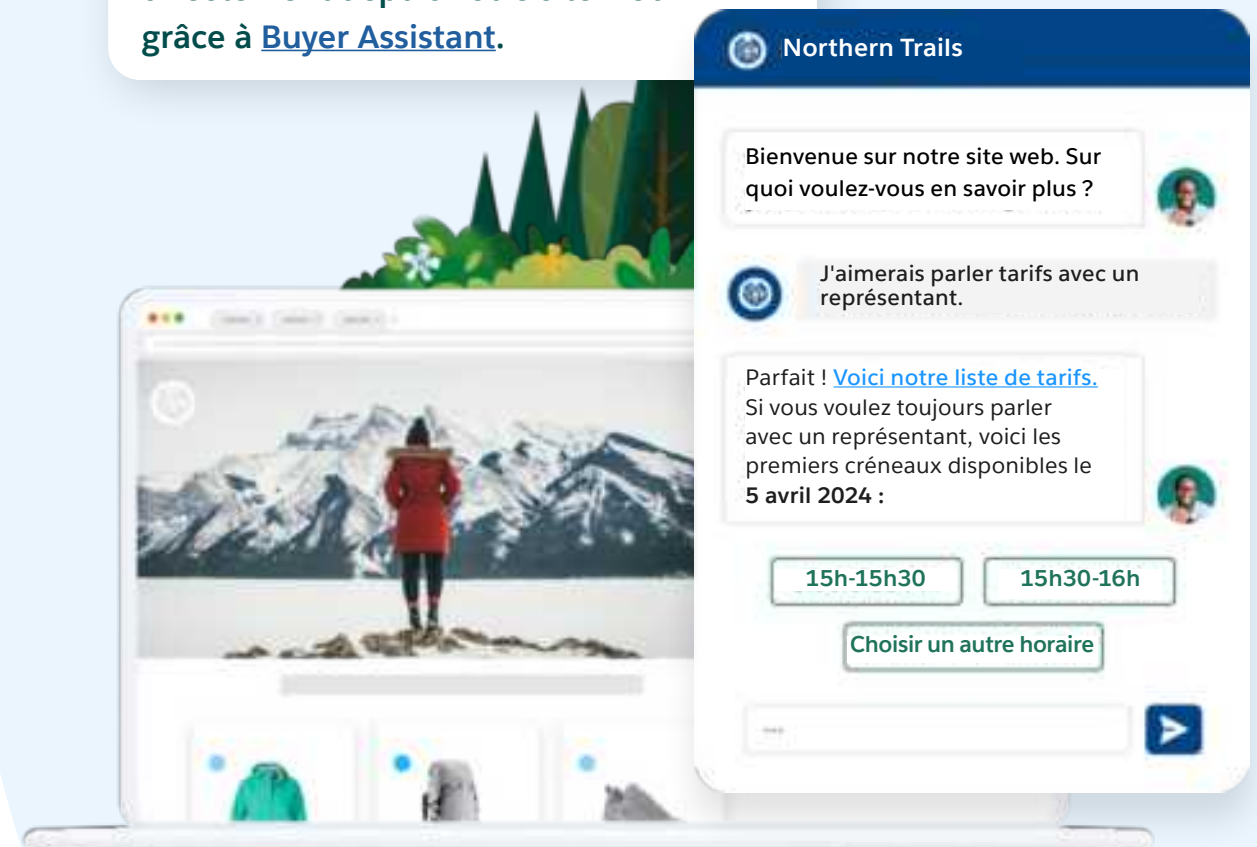
Exemple de fonctionnement de l'IA :

Un client potentiel se rend sur le site web de votre entreprise pour y effectuer des recherches sur un produit et lance un chat en direct pour en savoir plus. Buyer Assistant, un outil de chat de Sales Cloud, se charge de l'accueillir et de lui poser des questions pour cerner son profil et déterminer son niveau d'intérêt. Comme ce lead répond aux critères du persona d'acheteur définis par les commerciaux, Buyer Assistant le qualifie de prospect et recueille ses coordonnées. L'IA recoupe ensuite les données CRM pour voir si d'autres informations concernant cette personne ou son entreprise existent afin de fournir un contexte aux représentants commerciaux en aval.

À la fin de la discussion, l'outil de chat propose à l'acheteur de le mettre en relation avec un représentant commercial instantanément ou de fixer un rendez-vous. Le prospect fait son choix et le représentant commercial reçoit toutes les informations nécessaires pour mener à bien la conversation : la transcription du chat, le dossier du lead et d'autres données CRM pertinentes.



Capturez des prospects qualifiés directement depuis votre site web grâce à Buyer Assistant.



Découvrez l'avenir de la vente

Pour prédire vos résultats commerciaux, vous devez comprendre tous les signaux dans votre pipeline. Quels leads deviendront des affaires, et lesquels sont juste de mauvaises pistes ? Répondre à cette question est un exercice fastidieux, chronophage et qui exige de prendre des décisions à partir d'un large volume de données. Autrement dit, c'est le genre de tâche qu'il vaut mieux confier à l'IA.

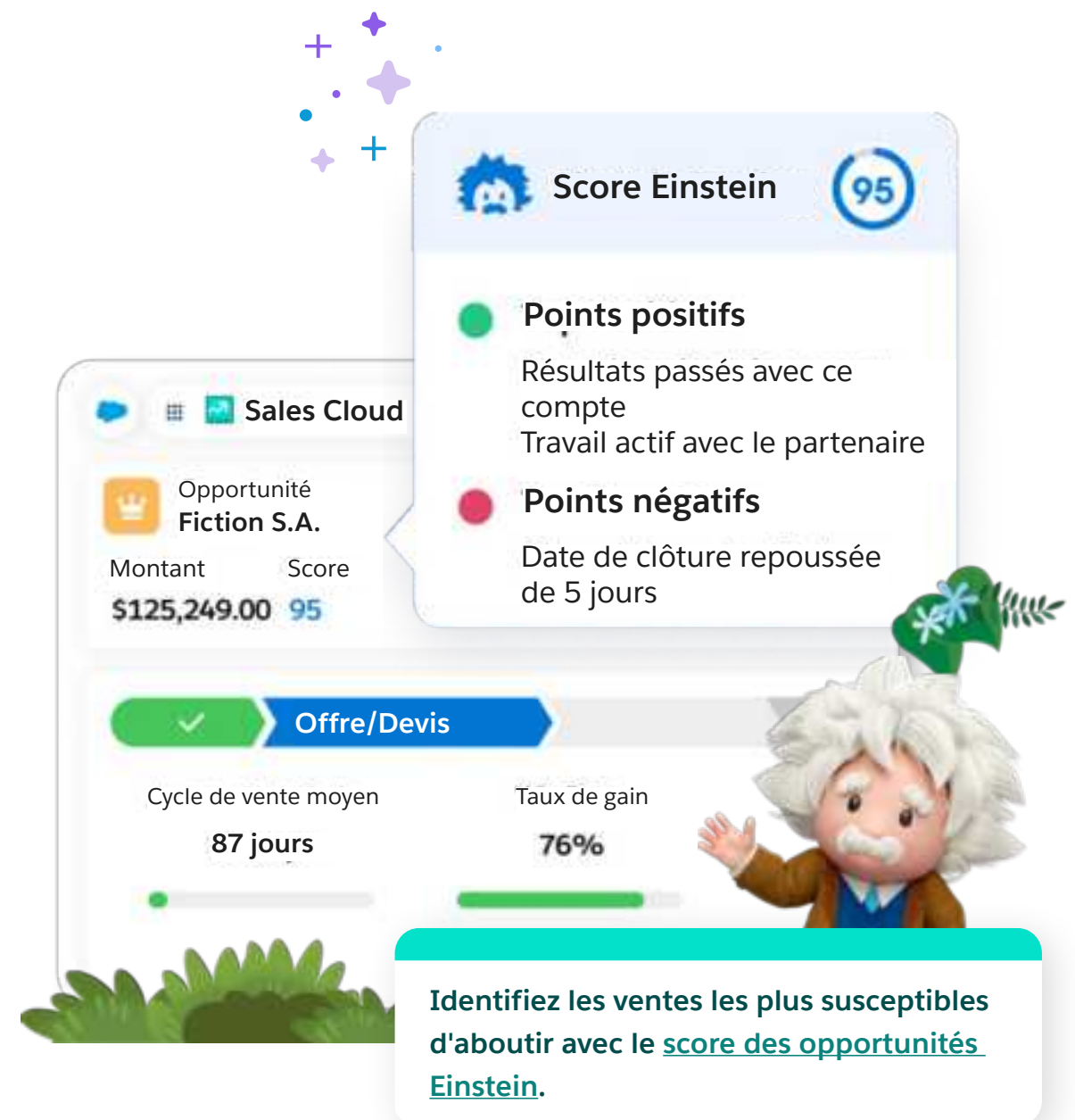
Ce que peut faire l'IA :

L'IA étudie les données CRM antérieures pour identifier les caractéristiques des ventes conclues et avortées. Elle prédit ensuite la probabilité que les futurs leads aboutissent et les classent en fonction de leur score. Tandis que les représentants commerciaux poursuivent leurs interactions avec les clients et enregistrent des données dans le CRM, l'outil d'IA actualise les profils des leads pour s'assurer de toujours afficher des scores exacts.

Exemple de fonctionnement de l'IA :

C'est le début du trimestre, et un représentant commercial est bien décidé à se focaliser sur les bonnes pistes pour atteindre son quota. Il affiche la liste de ses leads actuels et les trie en fonction de leur [score d'opportunité dans Sales Cloud](#). Il obtient ainsi un classement allant de 1 (très peu de chances de vente) à 99 (vente très probable).

Le représentant veut en savoir plus et clique sur le score pour analyser les points positifs et négatifs de chacun d'entre eux. Cette démarche permet au représentant de comprendre pourquoi certaines affaires sont plus fructueuses que d'autres. Le représentant passe à l'action en se tournant vers celles qui sont considérées comme les plus susceptibles d'aboutir.



Écrivez des e-mails personnalisés grâce à un assistant de vente

Vous ne vous êtes pas lancé dans la vente pour rédiger des e-mails. Fort heureusement, l'IA est capable de rédiger des e-mails commerciaux avec autant d'efficacité que les humains, ce qui vous permet de consacrer une plus grande partie de votre journée à la vente. Rien d'étonnant donc à ce que 82 % des équipes de vente [s'appuient déjà sur l'IA générative](#) pour créer du contenu, notamment sous la forme d'e-mails.

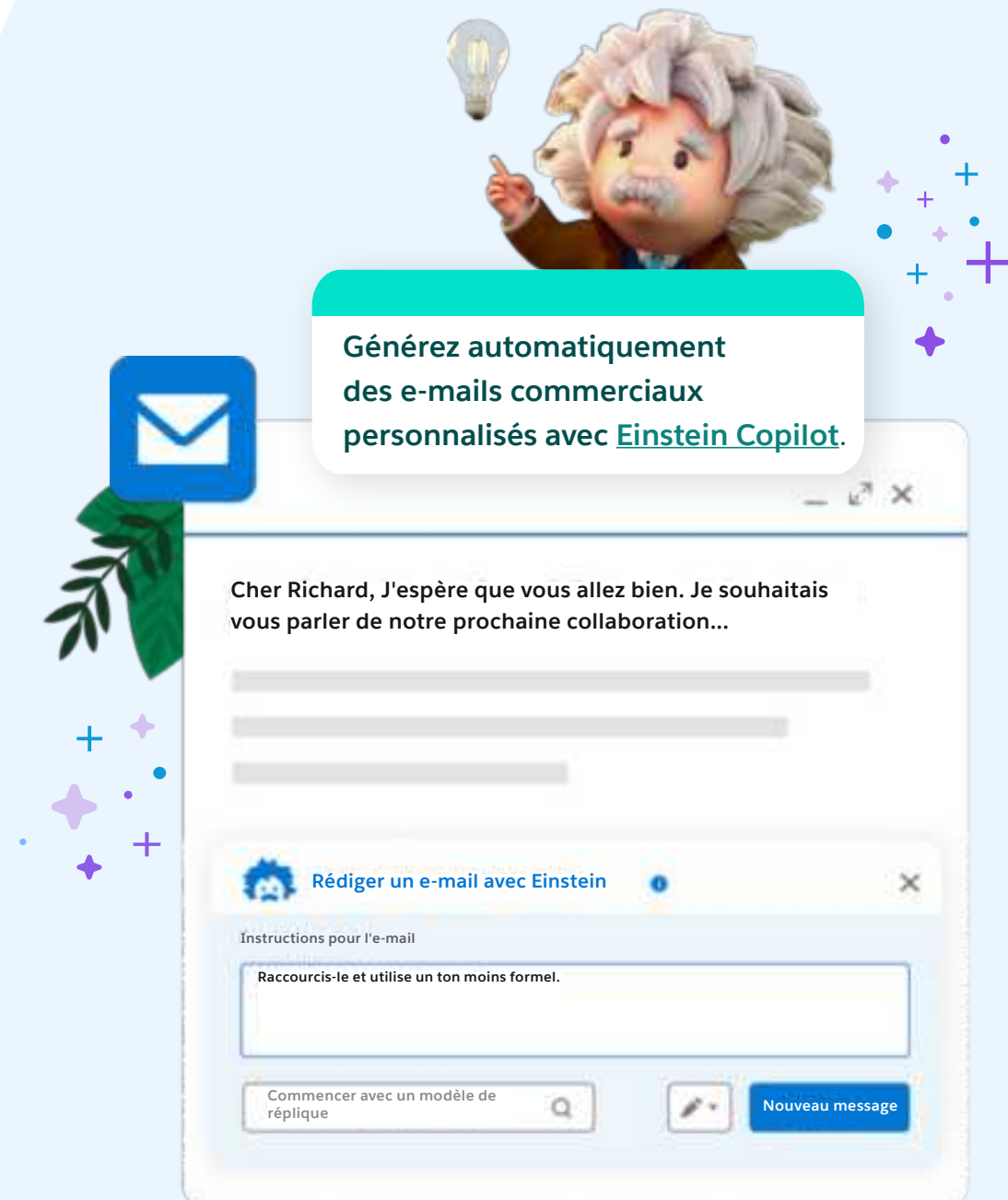
Ce que peut faire l'IA :

En 2022, l'IA générative nous a séduit par sa capacité à rédiger comme un humain. Si les premiers modèles exploitaient des données publiques, aujourd'hui, l'IA générative est également en mesure d'analyser vos données clients internes. Votre équipe peut ainsi dépasser les e-mails génériques et personnaliser sa communication à l'aide des informations déjà disponibles dans votre CRM.

Exemple de fonctionnement de l'IA :

Un représentant commercial souhaite envoyer un e-mail à un client au sujet du lancement d'un nouveau produit. Il ouvre Outlook dans [Sales Cloud](#) et rédige un prompt pour Einstein : « Envoie un e-mail à Richard Reed à propos du lancement de notre nouveau produit. » Einstein consulte le dossier du client et voit que le représentant a déjà travaillé avec lui. En quelques secondes, Einstein rédige un e-mail qui présente les dernières informations sur le produit en faisant un clin d'œil à leurs précédentes interactions : « Cher Richard, j'espère que vous allez bien. Je souhaitais vous parler de notre prochaine collaboration... »

Le commercial juge l'e-mail trop long et un peu pompeux. Alors, il demande à Einstein de le raccourcir et de lui donner un ton moins formel. Einstein reformule le contenu de l'e-mail pour présenter le nouveau produit de manière à susciter l'intérêt du client. Voilà ce en quoi consiste l'IA générative : elle aide les commerciaux à accélérer le processus de vente en proposant un contenu personnalisé au client lorsqu'il est encore engagé.



ÉTUDE DE CAS
04

Préparez-vous pour vos réunions en un clin d'œil

Dans le monde de la vente, les relations sont essentielles. Voilà pourquoi les représentants commerciaux passent chaque semaine de longues heures à analyser les centres d'intérêt, les besoins et les comportements de leurs clients potentiels, afin de bâtir des relations plus solides avec eux. Imaginez un instant que vous disposiez d'un outil qui fasse ce travail à votre place et qui vous donne le super pouvoir de connaître les informations dont vous avez besoin en quelques secondes.

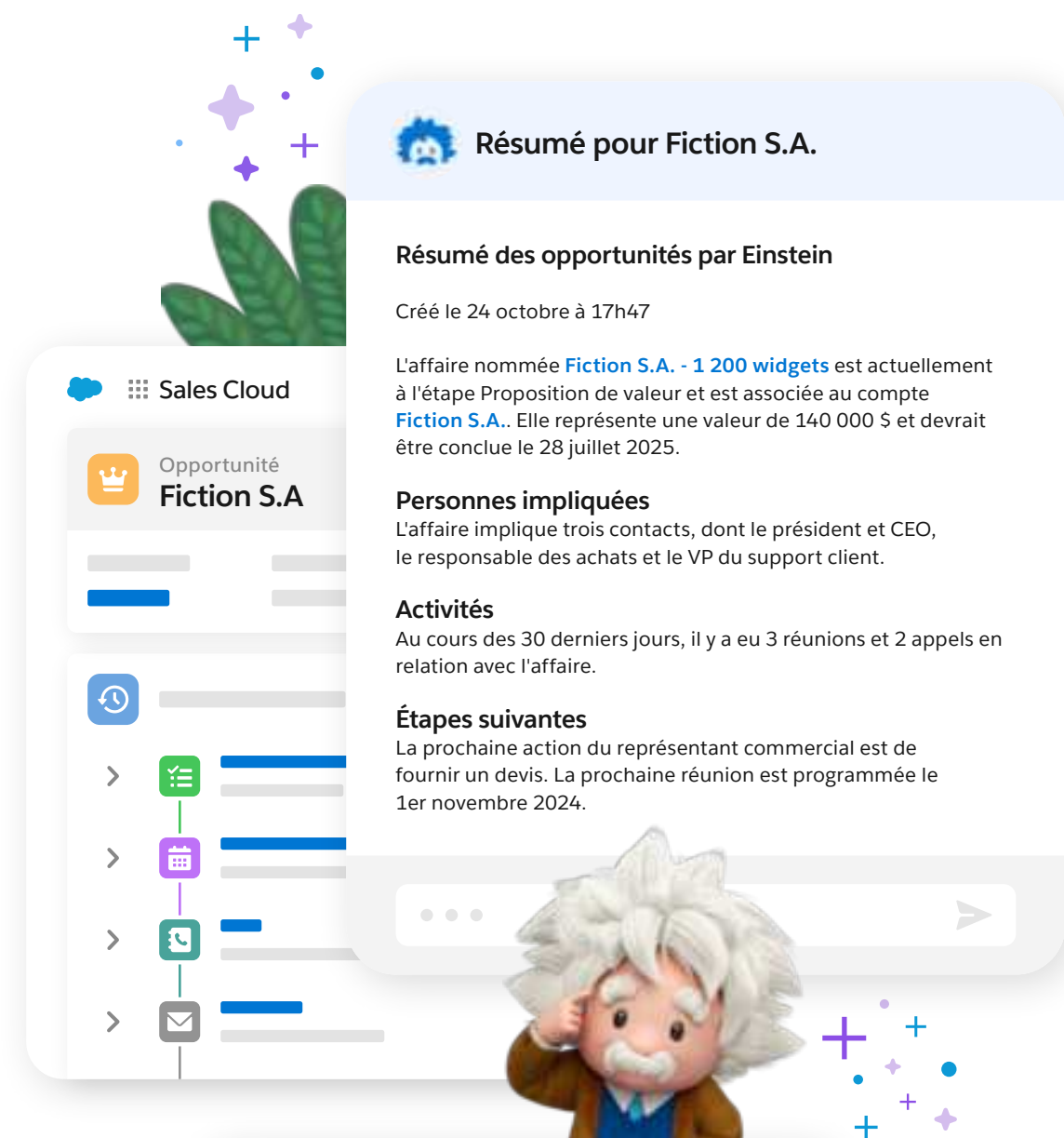
Ce que peut faire l'IA :

L'IA peut effectuer le gros du travail de recherche, en examinant à la fois les données publiques et les données CRM et en synthétisant les informations essentielles sur les prospects dont vous avez besoin avant chaque réunion. En cas de besoin spécifique, il suffit de saisir une question pour obtenir une réponse alimentée par l'IA.

Exemple de fonctionnement de l'IA :

Un représentant commercial prend le relais d'un collègue en congé et souhaite être à jour sur les plus gros comptes. Dans Sales Cloud, il recherche les ventes dont le montant est supérieur à 100 000 \$. La plupart de ces transactions contiennent des données vieilles de plusieurs années, ce qui représente une masse d'informations importante à trier. Einstein facilite les choses en fournissant des résumés des ventes comportant des informations clés comme les personnes impliquées, les activités récentes, les risques à prendre en compte et les prochaines étapes recommandées.

Einstein signale ensuite que l'un des clients a envoyé un e-mail pour poser des questions sur les tarifs et qu'il attend une réponse. Le représentant commercial demande à Einstein : « Quelles informations clés dois-je connaître sur ce client avant de répondre à cet e-mail ? » Einstein propose un résumé accessible de l'affaire, accompagné de détails clés sur le compte et de notes sur les réunions précédentes, pour aider le représentant à reprendre la conversation là où elle s'est arrêtée.



Résumé pour Fiction S.A.

Résumé des opportunités par Einstein

Créé le 24 octobre à 17h47

L'affaire nommée **Fiction S.A. - 1 200 widgets** est actuellement à l'étape Proposition de valeur et est associée au compte **Fiction S.A.**. Elle représente une valeur de 140 000 \$ et devrait être conclue le 28 juillet 2025.

Personnes impliquées
L'affaire implique trois contacts, dont le président et CEO, le responsable des achats et le VP du support client.

Activités
Au cours des 30 derniers jours, il y a eu 3 réunions et 2 appels en relation avec l'affaire.

Étapes suivantes
La prochaine action du représentant commercial est de fournir un devis. La prochaine réunion est programmée le 1er novembre 2024.

Résumez vos affaires et clients avec
Einstein Copilot.

Obtenez de l'aide lors des appels grâce à la prise de notes automatisée

Les appels commerciaux regorgent d'informations essentielles, mais celles-ci sont difficiles à collecter manuellement et encore plus difficiles à exploiter par la suite. Les représentants commerciaux qui souhaitent retrouver un élément clé qui a été dit doivent réécouter l'intégralité de l'appel ; une véritable perte de temps.

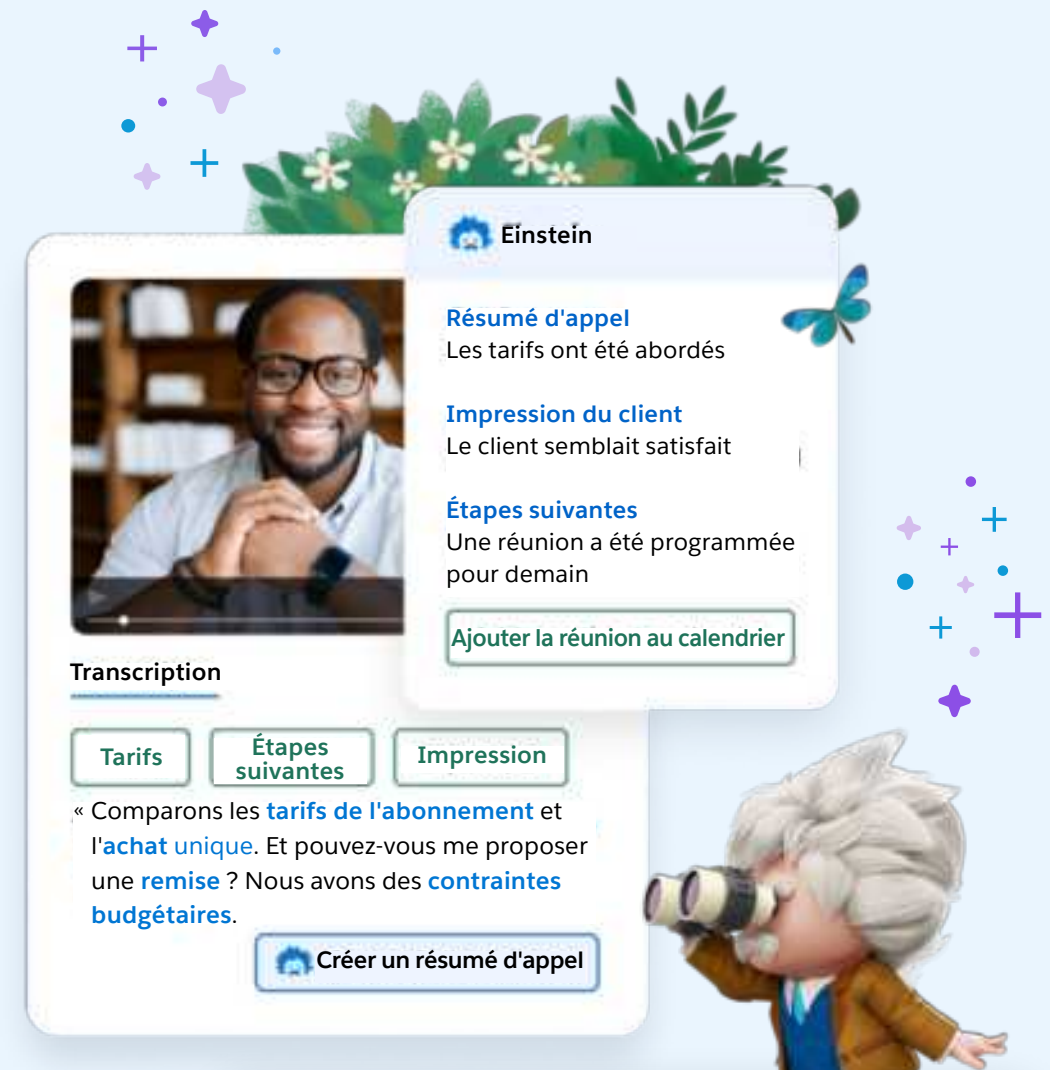
Ce que peut faire l'IA :

L'IA peut transcrire les appels commerciaux sous forme de résumés structurés, identifier les moments clés et les prochaines actions prioritaires. Grâce à ces documents riches en informations, vous transformez vos appels commerciaux de données sombres en données propres exploitables à des fins d'analyse.

Exemple de fonctionnement de l'IA :

Au cours d'un appel, un représentant commercial demande à [Einstein Conversation Insights](#) (ECI) de prendre des notes détaillées pour pouvoir se concentrer sur le client. Juste après l'appel, ECI rassemble exactement ce dont le représentant a besoin : une transcription, un résumé des réactions du client et des sujets abordés, comme les objectifs, les objections et les produits mentionnés. ECI suggère également des actions à entreprendre.

Après l'appel, le client ne donne plus de nouvelles pendant un certain temps, puis refait surface en envoyant un e-mail : « Êtes-vous disponible aujourd'hui pour faire le point sur les options d'achat dont nous avons discuté il y a quelques mois ? » Oh, oh ! Pris au dépourvu, le représentant commercial demande à Einstein : « Quelles sont les options d'achat dont nous avons discuté au cours de cet appel il y a quelques mois ? » En quelques secondes, Einstein répond : « Le client souhaitait comparer la formule d'abonnement à un achat unique et a émis des réserves sur le coût de l'abonnement. » Le représentant décroche son téléphone, armé de ses arguments.



Résumez les appels et explorez les conversations antérieures avec [Einstein Conversation Insights](#).

Éliminez la saisie de données

Pour pouvoir fournir des insights et des conseils, l'IA doit avoir accès à l'ensemble de vos activités commerciales. Toutefois, la collecte de toutes ces données peut engendrer une charge de travail supplémentaire à une époque où 69 % des professionnels de la vente affirment que [leur travail est plus difficile qu'auparavant](#). La solution ? Confiez à l'IA le soin d'enregistrer ces données à votre place, afin de vous laisser plus de temps pour vendre.

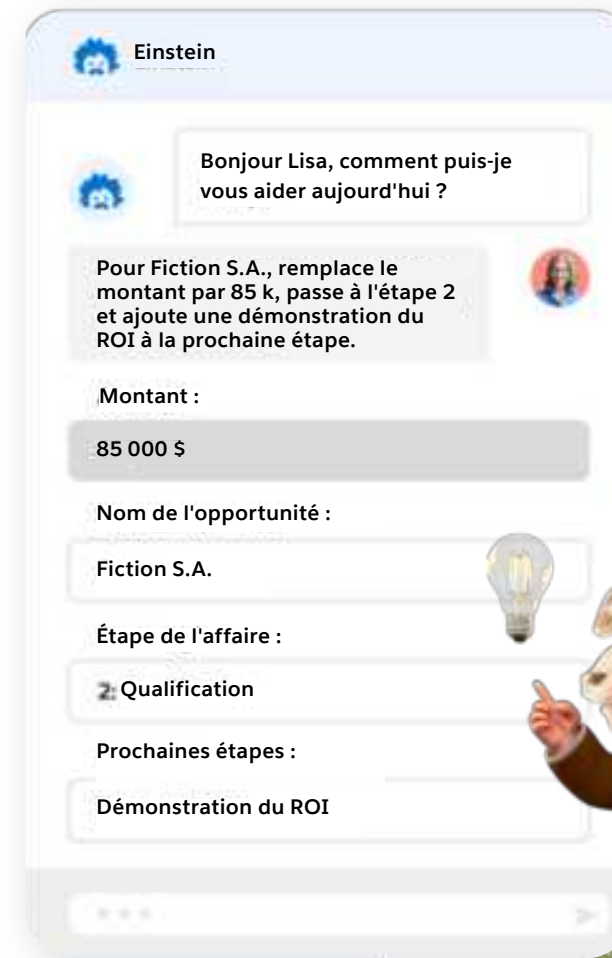
Ce que peut faire l'IA :

Tandis que les représentants commerciaux suivent le processus de vente, l'IA collecte toutes les données dont elle a besoin à partir des interactions avec les clients : appels, e-mails et messages afin d'analyser les comportements, de repérer les risques liés à la transaction et d'identifier les opportunités.

Exemple de fonctionnement de l'IA :

Un représentant commercial contacte un client potentiel via Outlook et entame une conversation commerciale. Einstein crée un nouveau dossier de vente dans [Sales Cloud](#), et à mesure que le représentant et le prospect échangent par e-mail, Einstein met à jour le dossier en y ajoutant des résumés des e-mails. Le représentant et le prospect finissent par s'appeler, puis par programmer une démonstration, et Einstein garde la trace de chaque étape en faisant passer la transaction à l'étape suivante du pipeline et en ajoutant les transcriptions et les résumés de l'appel au dossier de vente.

Avant la démonstration, le représentant se renseigne sur le prospect sur LinkedIn et découvre qu'il est intéressé par les réductions de coûts et par la productivité. Le représentant commercial demande à Einstein d'ajouter une note au dossier de vente afin d'inclure ces sujets dans la démonstration. Au moment de la présentation, le représentant est convaincu que la démonstration sur mesure répondra parfaitement aux attentes du prospect.



Einstein

Bonjour Lisa, comment puis-je vous aider aujourd'hui ?

Pour Fiction S.A., remplace le montant par 85 k, passe à l'étape 2 et ajoute une démonstration du ROI à la prochaine étape.

Montant :

85 000 \$

Nom de l'opportunité :

Fiction S.A.

Étape de l'affaire :

2 Qualification

Prochaines étapes :

Démonstration du ROI

Capturez automatiquement les activités de ventes et mettez à jour votre CRM avec [Capture d'activité Einstein](#).

Concluez des ventes plus rapidement avec les ventes guidées

« Indique-moi comment conclure cette vente. » Voilà l'une des questions les plus essentielles qu'un commercial puisse se poser et, aujourd'hui, l'IA est en mesure d'y répondre.

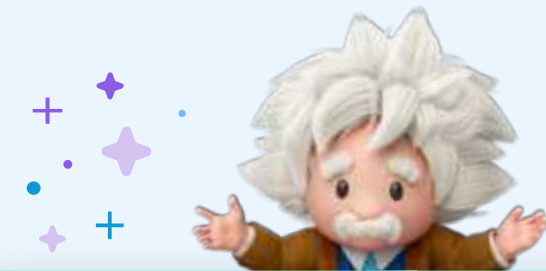
Ce que peut faire l'IA :

L'IA générative peut fournir à votre équipe de vente des plans d'action : des instructions spécifiques, étape par étape, sur la manière de conclure des affaires. Si ces plans sont si difficiles à automatiser, c'est parce qu'ils doivent être constamment adaptés en fonction de l'activité des acheteurs et de l'évolution des stratégies de votre équipe. Bien entendu, à présent que l'IA générative peut suivre tous ces changements, en analysant les données internes et externes, les actions recommandées peuvent être personnalisées aussi bien pour l'acheteur que pour le commercial, en plus d'être mises à jour au fur et à mesure que de nouvelles informations se présentent.

Exemple de fonctionnement de l'IA :

Un représentant commercial se penche sur une affaire qui est au point mort. Aucun problème. Il demande simplement à Einstein de lui fournir un plan pour débloquer la situation et conclure la vente rapidement. Einstein procède à une analyse instantanée et identifie le problème : le représentant commercial devra se mesurer à la politique tarifaire d'un concurrent.

Einstein recommande un plan de clôture pour vaincre la concurrence : envoyer une proposition d'offre groupée à prix réduit pour deux produits spécifiques susceptibles de surclasser l'offre du concurrent. Le représentant commercial demande à Einstein d'envoyer un e-mail accompagné d'une fiche technique comparant les détails de l'offre groupée à prix réduit aux produits et aux tarifs du concurrent.



Donnez aux représentants commerciaux une réponse rapide et des programmes personnalisés pour conclure les ventes à l'aide d'[Einstein Copilot](#).

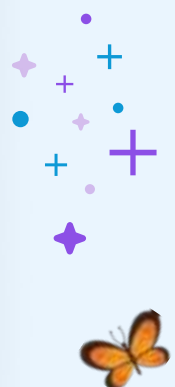
 Einstein

Bonjour, comment puis-je vous aider ?

Écris un plan de vente pour cette opportunité

Bien sûr ! Voici un plan d'action pour Fiction S.A. :
1 : Appel de réengagement, 04/05/24
Action : Appeler Chandra Patel (CTO).
Priorité : Reconnaître le manque de communication et décrire la valeur de nos widgets en fonction de leur nouvelle acquisition. Proposer une réunion.

2 : Réunion en personne, 08/05/24
Action : Réunion au siège de Fiction S.A.
Inviter Chandra Patel (CTO) et Jeff Steen (vice président des opérations).
Priorité : Présenter les widgets dans le contexte de...



Quatre étapes pour se préparer à l'IA

Envie de profiter des possibilités que vous offre l'IA ? Voici quatre étapes à suivre pour y arriver.



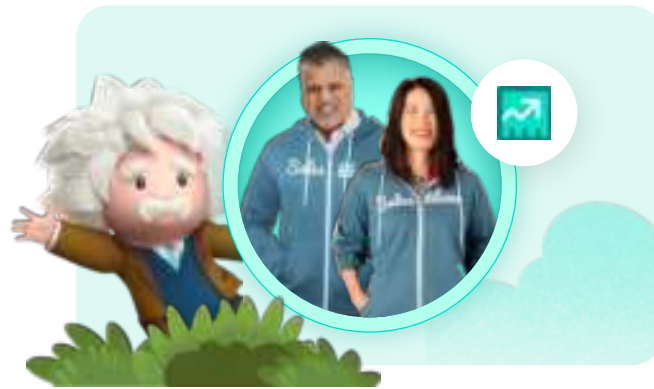
1 Unifiez et harmonisez l'ensemble de vos données pour que l'IA y ait accès
Pour être efficace, l'IA doit avoir accès aux mêmes données clients que vous. Le problème vient du fait que ces données clients sont souvent dispersées sur plusieurs systèmes internes et externes, et qu'elles sont disponibles dans des formats différents. Regroupez toutes ces données riches à l'aide d'une [technologie](#) qui standardise, ou « harmonise », les sources de données disparates en un seul et unique flux de données propres. L'IA disposera ainsi d'une vue à 360 degrés de votre client.

3 Protégez les données de vos clients
Alors que beaucoup de clients ne font déjà pas confiance aux entreprises en ce qui concerne la gestion de leurs données, 71 % des responsables informatiques affirment aujourd'hui que l'IA générative [induit des risques supplémentaires pour la sécurité des données](#). Avant de vous lancer dans l'utilisation de l'IA, veillez à la sécurité et à la confidentialité des données en adoptant des mesures de sécurité conformes aux normes du secteur. Il s'agit notamment de chiffrer les prompts, de débarrasser les données des informations personnelles identifiables, et de ne jamais conserver de données en dehors de votre CRM.

2 Regroupez les outils d'IA en un seul endroit : votre CRM
Après avoir nettoyé vos données clients pour qu'elles soient accessibles à l'IA, simplifiez votre pile technologique en regroupant les outils d'IA au sein de votre CRM. Cette solution permet de garantir la centralisation de vos données et de vos outils d'IA, et permet aux représentants commerciaux de gagner en efficacité en leur fournissant des informations et des outils génératifs au sein même du système avec lequel ils vendent déjà leurs produits. Par ailleurs, cette approche permet de réduire les dépenses liées à l'entretien d'une pile technologique complexe.

4 Veillez à l'utilisation éthique de l'IA
Plus de la moitié (54 %) des professionnels de la vente affirment que [la mise en place de recommandations d'utilisation éthique](#) de l'IA générative est indispensable, car les résultats de l'IA comportent un risque de désinformation, de toxicité et de biais. À mesure que l'IA pour la vente gagne en puissance et se répand, il est essentiel de mettre en place des mécanismes de vérification et de contrôle, par exemple en demandant à des humains d'analyser les résultats et de fournir un feedback sur les modèles afin de leur permettre de s'améliorer.

Des ressources supplémentaires pour vous aider à vendre avec l'IA



Vous souhaitez tester Sales Cloud ?

Suivez notre visite guidée de ces 7 études de cas et découvrez par vous-même comment Sales Cloud peut vous aider à conclure des ventes plus rapidement grâce à une intelligence artificielle approuvée.

[SUIVRE LA VISITE GUIDÉE](#)

Sodexo : Quand l'IA propulse les ventes

Regardez le replay du World Tour Paris 2024 et découvrez comment votre équipe commerciale peut gagner en productivité et augmenter votre chiffre d'affaires en s'appuyant sur l'IA, des applications CRM et des données fiables.

[REGARDER LE REPLAY](#)



Les renseignements du présent rapport sont fournis uniquement à des fins de commodité pour nos clients et sont communiqués à titre informatif. Leur publication par Salesforce, Inc. 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.

© Copyright 2024, Salesforce, Inc. Tous droits réservés.