

# Comment doper sa stratégie commerciale ?

*Ce n'est pas un secret de polichinelle : sans commerciaux équipés, enthousiastes et bien managés, difficile d'augmenter sa croissance et d'aller chercher des nouvelles parts de marché. Oui, mais par quoi commencer ?*

Temps de lecture : minute

---

17 mai 2022

Démarche personnalisée, expérience client, qualité de la relation, éthique...Voilà quelques valeurs fondamentales qui régissent aujourd'hui les expériences commerciales des entreprises qui se développent. Inutile de sortir la flûte enchantée et les discours programmés, la plupart des clients n'y seront pas sensibles. Avec l'avènement d'Internet et des réseaux sociaux, les consommateurs sont en effet beaucoup plus alertes, plus connaisseurs des marques et, de fait, plus exigeants.

Mais comment répondre à ces exigences de qualité ? Comment cibler ses prospects pour convertir ses relations en de nouvelles collaborations ? Comment fidéliser ses clients tout en boostant ses ventes ? Comment mesurer ses performances pour savoir ce qui marche et ce qui ne marche pas ? Comment aider ses équipes à s'organiser et à avoir une vision complète de son portefeuille de clients ? Comment utiliser le bon outil CRM pour booster la vélocité commerciale, cibler avec du contenu beaucoup plus personnalisé et, in fine, augmenter la satisfaction client et sa rétention ?

Pour vous donner le maximum de conseils sur ce vaste sujet, nous avons rencontré Enzo Colucci, responsable Grands comptes chez sunday, une solution de paiement par QR code dédiée à la restauration, imaginée suite

à la pandémie, en avril 2021 par les fondateurs de Big Mamma. Nous sommes aussi allés interroger Martin-Pierre Gaultier, Chief Commercial & Marketing Officer) chez Lemonway, une solution de paiement pour places de marché et plateformes de financement participatif, qui permet d'encaisser les fonds pour compte de tiers.

Avec humour et pédagogie, ils nous offrent tous leurs astuces pour "closer" comme jamais.

*Maddyness, partenaire média de Salesforce*

---

Article écrit par Maddyness, avec Salesforce