



Force de Vente & Digital Learning

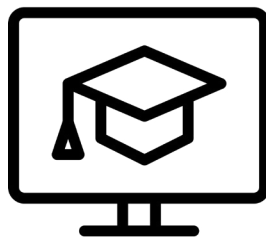
Future of Sales





La création de valeur des entreprises dépend à plus de 50 % des équipes de vente⁽¹⁾.

Avoir des vendeurs performants est ... obligatoire !



Alors qu'aux US, les vendeurs bénéficient de 20% supplémentaire de budget dédié à la formation⁽²⁾ par rapport à la moyenne.

Mais les idées reçues sur la vente et la formation continuent à handicaper la croissance et le développement commercial.

Méfiez-vous des idées reçues

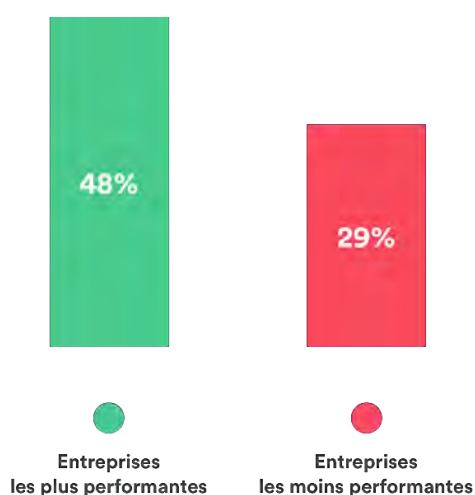
Décodage point par point

« Pas le temps ! »

Mes vendeurs n'ont pas le temps, il vaut mieux qu'ils soient avec des clients qu'en formation. **Faux**



Les entreprises à forte croissance disent à **48 % accorder plus de ressources à la formation** contre 29% pour les entreprises à faible croissance.⁽³⁾



% des entreprises allouant des ressources significatives à la formation des vendeurs

Les nouvelles solutions de formation en ligne permettent de contourner cet obstacle en s'appuyant sur les nouveaux usages du web et du mobile.

- C'est ce qu'on observe chez nos clients



Durée moyenne des sessions de formation en ligne
21 Minutes



Mode de consommation
10% Microlearning

- Le mobile est une solution privilégiée par les vendeurs de la plateforme L'Oréal.⁽⁴⁾



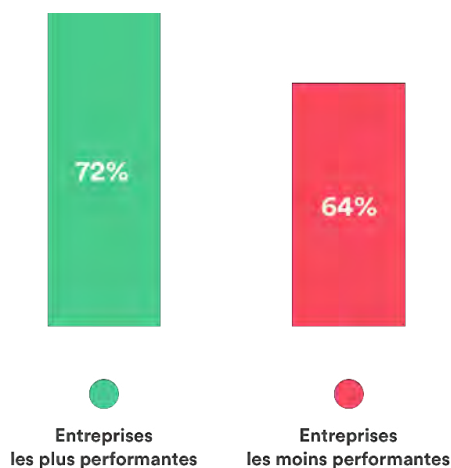
2/3 des vendeurs se forment sur mobile

« Pas de formation adaptée ! »

Mes vendeurs sont trop spécialisés, il n'y a pas de formation adaptée. **Faux**



Les entreprises les plus performantes ont une meilleure connaissance des produits. Cela peut sembler une évidence, mais quel que soit le produit ou le service à vendre, bien le connaître est un des éléments les plus différenciants entre les organisations les moins performantes et les plus performantes.⁽¹⁾



% des vendeurs qui ont une bonne connaissance du produit

Chez Coopracademy, ce sont des formations en ligne très variées qui sont suivies sur nos plateformes et très spécialisées à chaque fois.⁽⁴⁾ Par exemple :

- **Genepoc**, qui développe du matériel médical pour diagnostiquer rapidement des maladies génétiques, forment leurs vendeurs et revendeurs à leur produit.
- **Une filiale d'un groupe agro-alimentaire** forme ses vendeurs aux produits contre la dénutrition des personnes âgées.
- **Le groupe Schmidt** forme ses vendeurs magasin pour mieux accueillir et comprendre les besoins des clients qui recherchent des cuisines équipées.

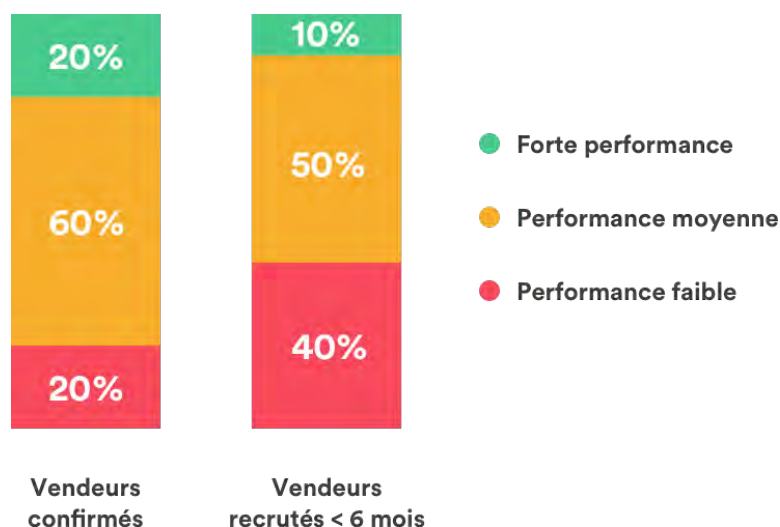
« La vente, ce n'est pas si compliqué. »

On forme les vendeurs quand ils arrivent, et puis l'expérience terrain fait le reste. De toute façon, un bon vendeur peut tout vendre. **Faux**



Plus une entreprise est apte à identifier les enjeux de formation et les profils des vendeurs dont elle a besoin, plus elle performe. Ainsi, les nouvelles recrues (<6 mois) sont 40% à être parmi les vendeurs les moins performants. Donc, la capacité à identifier rapidement les compétences utiles et à les développer est clé, notamment pour **se démarquer des concurrents**.⁽¹⁾

Par ailleurs, **le processus de vente se complique** et nécessite, notamment en B2B, de faire intervenir des experts techniques avant que le processus de vente proprement dit ne commence. Les compagnies B2B avec **des fortes préventes** ont des taux de succès supérieurs 10 à 15 points plus hauts que ceux habituellement observés.⁽⁵⁾



Tag Heuer, client de Coopacademy, forme en ligne les vendeurs de toutes les chaînes de boutiques qui les revendent. La plateforme de formation en ligne permet de s'adresser à des vendeurs directs et à des revendeurs, pour que tous puissent avoir le même niveau de connaissance des lignes de produits et des nouveautés, en temps réel.⁽⁸⁾

Trois facteurs nouveaux donnent encore plus de sens à la formation en continue

1. La complexification des offres, des produits et l'évolution rapide des marchés

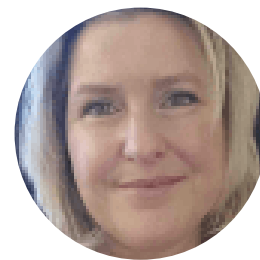
Dans la filiale Architas d'AXA, les agents sont ainsi formés sur une plateforme Coopacademy aux nouveaux produits financiers qui viennent désormais s'ajouter aux produits d'assurance traditionnels dont les rendements ont baissé ces dernières années. Cette évolution globale oblige à transformer rapidement les forces de vente et à les former à de nouveaux produits complexes.

2. Les clients connaissent parfois mieux les produits que les vendeurs.

C'est vrai pour le Retail mais aussi pour le B2B, où en moyenne les prospects ont été touchés par 3 à 5 messages de l'entreprise avant le premier contact avec un vendeur ⁽⁷⁾.

3. Des populations de vendeurs de plus en plus externalisées.

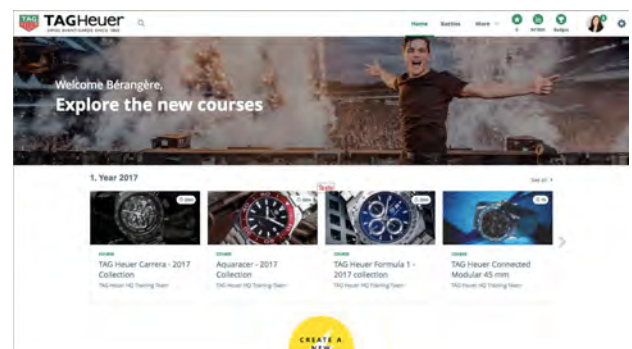
Cette tendance s'accroît et de nombreuses entreprises dépendent déjà de revendeurs qui ne sont pas des forces de vente interne. L'enjeu est de s'adresser à eux aussi directement et rapidement pour plus d'impact.



Colette Vullierat-Chrigui, directrice de la formation chez TAG Heuer,

« C'est un moyen moderne pour toucher les vendeurs en temps réel (...) et si nous déce- lions qu'un vendeur a suivi tous les modules, nous pouvons aller plus loin et lui proposer de nouveaux contenus. »

La formation «à l'ancienne» qui passe une formation à l'arrivée avec un collègue, puis par exemple des kick-off pour de nouveaux produits ne correspond donc plus aux évolutions actuelles.



« Vendre, ça ne changera jamais: c'est toujours le même métier. »

Faux, et pour plusieurs raisons !



D'ici 2020, les clients géreront 85% de leur relation avec une entreprise sans interagir avec un humain et 40% des activités de vente pourront être automatisés avec des technologies déjà existantes⁽⁵⁾.

La digitalisation modifie profondément la relation au client et implique de :

1. Développer sa capacité à vendre avec des outils online.

Le social selling est cette nouvelle manière de vendre en ligne et de se positionner comme un expert sur un sujet plutôt que comme un commercial lambda, et d'utiliser pour ce faire LinkedIn et les prises de parole en ligne. D'après une étude de Sales for life, **les vendeurs qui utilisent correctement le social selling ont un ROI de 31% supérieur à ceux qui s'en tiennent aux méthodes traditionnelles.**⁽⁶⁾

Chez Coopacademy, nous avons développé une collection de cours en ligne qui traite du Future of Sales pour tirer le meilleur des techniques offline et on-line, avec un cours spécialement dédié au Social Selling.

2. Savoir utiliser de nouveaux outils digitaux (comme des outils de CRM)

Engie Entreprises et Collectivités a entrepris une restructuration de ses équipes et a mis en place un nouvel outil de CRM. La plateforme Coopacademy a contribué à déployer rapidement et efficacement ce nouvel outil pour les équipes de vente et de support.⁽⁹⁾

3. Savoir gérer la data.

Les vendeurs auront de plus en plus de données disponibles sur leurs prospects ou leurs clients, sur leurs actions digitales (visites, téléchargement, actions en ligne). L'enjeu majeur est de les analyser et de les utiliser avec pertinence dans l'acte de vente.

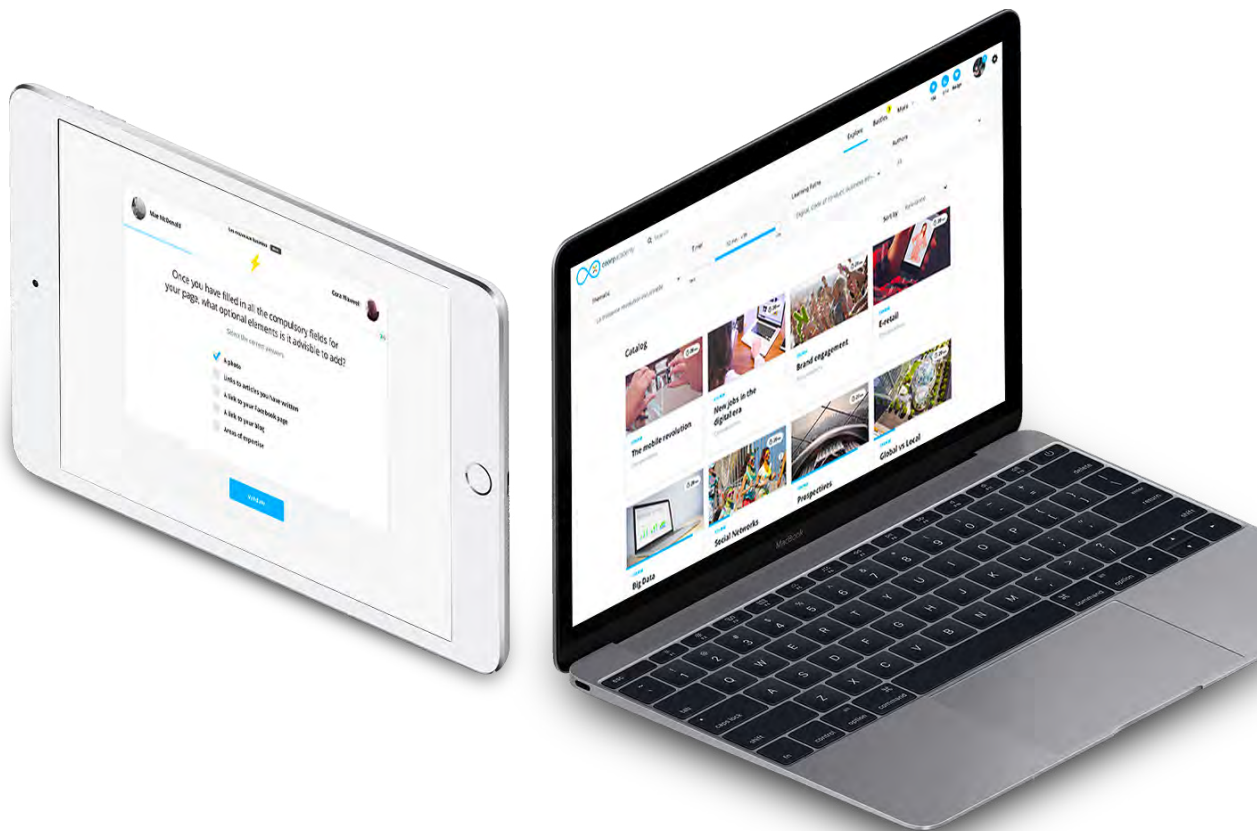
La digitalisation du métier, notamment via le social selling, va de pair avec un renforcement des compétences d'empathie, de communication. Et ce n'est pas paradoxal : il s'agit de construire la relation la plus personnalisée et féconde possible avec son client.

Le vendeur passe de commercial à expert ou ambassadeur de son produit.

Les marques de luxe, dans les secteurs de la joaillerie et de l'alcool ont bien compris ce principe. Ils ont à cœur que leurs vendeurs et revendeurs connaissent, relaient l'histoire et les valeurs de la marque, tout en ayant une bonne connaissance des savoir-faire.

C'est ainsi que sont orientés les cours sur leurs plateformes Coopacademy et les certificats qui sont délivrés à l'issue des formations.

Alors pourquoi vos vendeurs ne décrocheraient pas régulièrement des passeports les classant parmi les plus hauts potentiels et permettant une croissance des résultats ?



Coorpacademy forme les équipes de vente en ligne.

Secteurs :

Luxe – Energie – Cosmétique – Santé – Banque &

Assurance - Alcool

Parmi nos clients :



L'ORÉAL



Schmidt
GROUPE



Nombre de vendeurs formés⁽⁴⁾ :

40 000

vendeurs

85 %

finissent une formation

3,1






connexions par mois en
moyenne

11,1

médias vus en moyenne

Formations disponibles dans notre catalogue :

Future of sales

 <p>NEW 35m</p>	 <p>NEW 30m</p>	 <p>35m</p>
<p>COURS</p> <p>Le Social Selling</p> <p>Minds & More</p>	<p>COURS</p> <p>Le parcours de vente</p> <p>Booster Academy</p>	<p>COURS</p> <p>Le modèle commercial</p> <p>André Tordjman</p>
 <p>30m</p>	 <p>1h15</p>	
<p>COURS</p> <p>La relation client</p> <p>André Tordjman</p>	<p>COURS</p> <p>Le point de vente connecté</p> <p>Coorpacademy</p>	

Techniques de Négociation

 <p>45m</p>	 <p>50m</p>	 <p>50m</p>
<p>COURS</p> <p>Préparer et gérer les négociations complexes</p> <p>Éditions Eyrolles</p>	<p>COURS</p> <p>Psychologie et techniques de communication</p> <p>Éditions Eyrolles</p>	<p>COURS</p> <p>Les fondamentaux de la négociation</p> <p>Éditions Eyrolles</p>

Ce que Coorpacademy peut faire pour **VOUS** !

Quel que soit le stade de votre
projet, nous pouvons vous aider à :

1 Découvrir les dernières tendances du digital learning (microlearning, gaming, mobile)

2 Accéder gratuitement à nos cours sur le Future of Sales et la Négociation

3 Déployer une plateforme personnalisée dans les 2 semaines suivant la définition de vos besoins

Contactez-NOUS !

Pour parler avec nos experts ou
réserver votre démo

contact@coorpacademy.com

01 83 81 34 84



Ressources complémentaires

Études sur la fonction Vente

- (1) <https://www.mckinsey.com/business-functions/marketing-and-sales/our-insights/for-top-sales-force-performance-treat-your-reps-like-customers>
- (2) <https://hbr.org/2017/06/your-sales-training-is-probably-lackluster-heres-how-to-fix-it>
- (3) <https://www.mckinsey.com/business-functions/marketing-and-sales/our-insights/the-sales-secrets-of-high-growth-companies>
- (4) Sources internes Coopacademy
- (5) <https://www.mckinsey.com/business-functions/marketing-and-sales/our-insights/the-new-world-of-sales-growth>
- (6) <https://learning.linkedin.com/blog/future-skills/want-to-be-a-great-salesperson-in-5-years--master-these-4-skills>
- (7) <https://blog.hubspot.com/sales/skills-every-salesperson-will-need-in-2020>

Articles sur nos Clients

- (8) <http://www.actionco.fr/Thematique/rh-1217/Breves/TAG-Heuer-forme-ses-vendeurs-via-Mooc-314178.htm>
- (9) <https://blog-fr.coorpacademy.com/2017/07/20/se-moderniser-avec-le-digital-learning-et-debusquer-les-petits-malins/>

Nos collections de Cours en ligne dédiés (niveaux base accessibles gratuitement)

- (10) **Collection Future of Sales**
https://up.coorpacademy.com/catalog?theme=them_N17JD1Jn7
- (11) **Collection Techniques de Négociation**
https://up.coorpacademy.com/catalog?theme=them_41Rov3izm



coopacademy.com
contact@coopacademy.com
+33 (0)1 83 81 34 84