

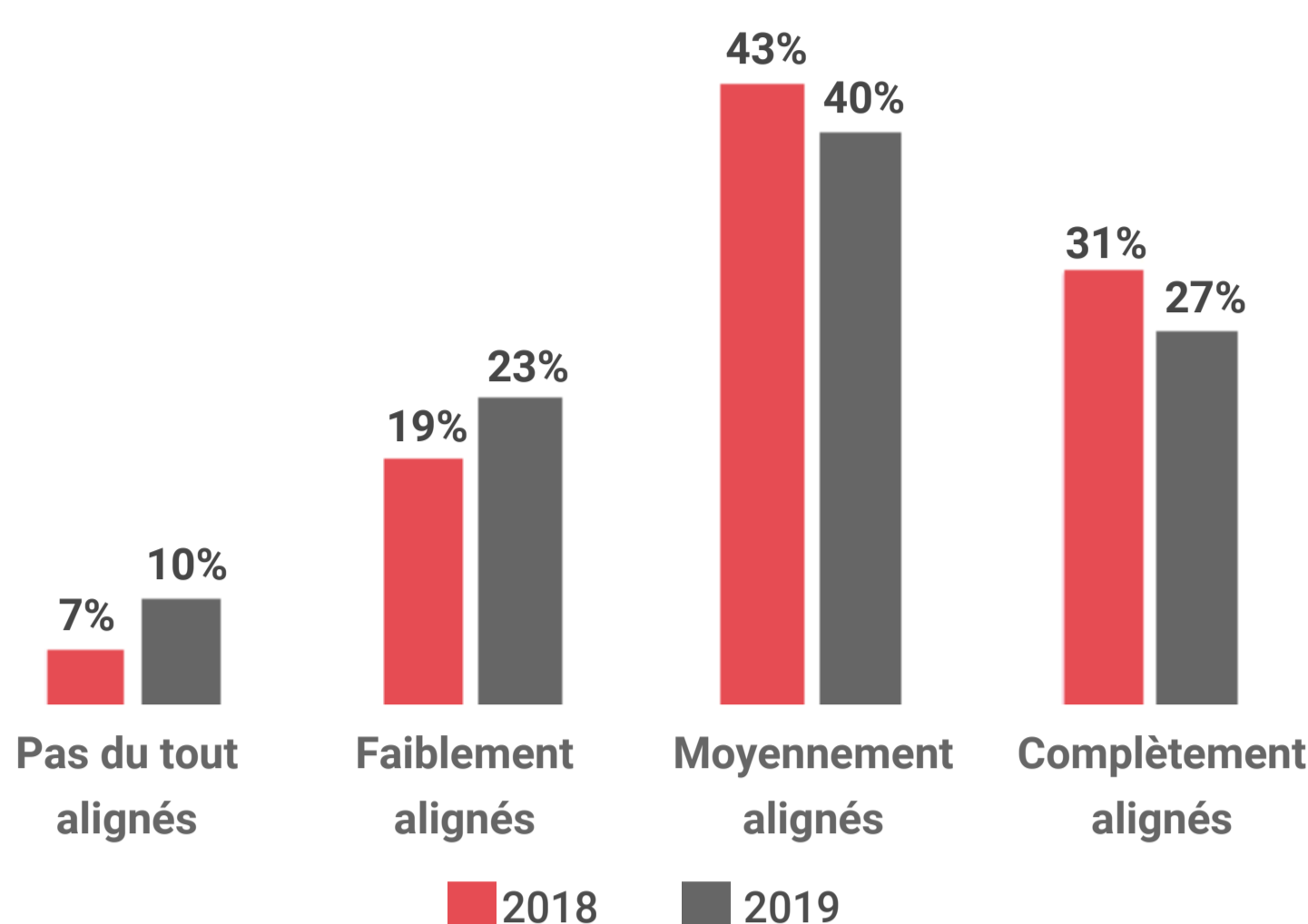
LE CONSEIL DU MOIS #2 | ALIGNER LES ÉQUIPES



SMARTETING = Sales + Marketing

Processus d'alignement des ventes et du marketing autour d'objectifs communs au sein d'une entreprise pour générer des revenus.

73% des sociétés n'alignent pas suffisamment leurs services Marketing et Commercial.



Les dirigeants ont pris conscience de la difficulté et de la nécessité de régler cette question d'alignement.



ANALYSE PAR FONCTION

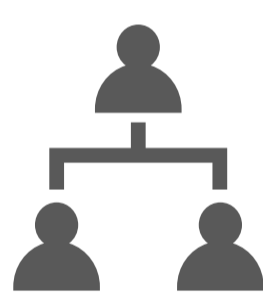
40% des directions commerciales ne considèrent pas leurs deux services alignés

21% des directions marketing ne considèrent pas leurs deux services alignés

42% des directions générales expriment être "pas ou faiblement alignés"



AVANTAGES



Organisation optimisée

Définir les rôles et responsabilités

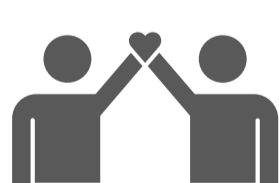
Formaliser les missions de chacun, le niveau de responsabilité, les objectifs (nombre de leads que l'on s'engage à générer en fonction de la capacité d'absorption des vendeurs, taux de transformation visé, délai maximum de relance des leads en question...).

Adopter un outil commun

L'adoption d'outil en commun permet de dynamiser la production des leads (leadgen). Le déploiement d'un CRM reste la meilleure solution pour organiser le traitement des leads, chiffrer la performance et suivre la rentabilité des actions.



Productivité dynamisée



Symbiose créative

Impliquer les commerciaux

En impliquant les commerciaux dans la création de contenus, l'équipe marketing sera capable d'obtenir des informations sur la pertinence des leads envoyés à l'équipe commerciale. Elle pourra analyser la performance de ses campagnes marketing et le retour sur investissement des efforts et des moyens investis.

Parler le même langage

Pour atteindre l'objectif commun, et générer des revenus, les équipes doivent définir, adopter et partager les mêmes termes.



Croissance CA

Une question, une remarque, un besoin de leads..

CONTACTEZ-NOUS