

Ventes propulsées par l'IA

Maximiser la croissance des revenus grâce à des données
de vente unifiées et à des renseignements d'IA



1 Introduction

L'IA est l'avenir des ventes

2

Pourquoi l'IA est-elle importante pour les ventes

3

Libérez la puissance des données de vente unifiées

4

Utiliser les renseignements d'IA pour réussir vos ventes

5

Présentation des agents autonomes

6

Créer une organisation prête à l'IA pour les ventes

7

Comment Microsoft Dynamics 365 peut vous aider

8

Une nouvelle vision pour les ventes propulsées par l'IA



1 Introduction

L'IA est l'avenir des ventes

De nombreux défis, notamment la surcharge d'informations, les parcours clients complexes et la concurrence croissante, changent la donne pour stimuler les ventes.

Dans ce contexte de complexité, **64 %** des personnes disent qu'ils n'ont pas assez de temps pour faire leur travail et 2 dirigeants sur 3 disent que cela nuit à leur capacité d'innover.¹

Entrez dans l'ère de l'intelligence artificielle (IA) : une force transformatrice qui remodèle l'exploitation des entreprises.

La clé est de connecter des données de vente unifiées et des informations alimentées par l'IA. **Quel est le résultat?** Les responsables des ventes peuvent tirer parti de niveaux plus élevés d'efficacité, de personnalisation et de croissance des revenus.

Ce livre électronique est conçu pour les dirigeants, y compris les chefs de produit, les chefs des ventes, les décideurs des ventes et d'autres, qui cherchent à améliorer leurs stratégies de vente et à obtenir un avantage concurrentiel.

Ce que vous allez apprendre :

- Comment l'IA s'intègre aux données de ventes unifiées pour obtenir des résultats
- Conseils pratiques pour adopter les outils d'IA et maximiser leur impact
- Exemples concrets de la façon dont l'IA stimule la croissance des revenus et améliore les relations avec les clients

¹ « Work Trend Index: Will AI Fix Work? » Microsoft, 2023

2

Pourquoi l'IA est-elle importante pour les ventes

Les équipes de vente font aujourd'hui face à de nouveaux obstacles importants :

- **Les cloisonnements de données déconnectés** obscurcissent les besoins des clients et les possibilités stratégiques.
- **Les processus inefficaces** font perdre du temps sur des tâches de faible valeur.
- **Les informations limitées sur les clients** entravent les efforts de personnalisation et d'établissement de relations.
- **Les prévisions inexactes** entraînent des occasions manquées.
- **Les expériences client incohérentes** érodent la confiance.

C'est là que l'IA entre en jeu. Elle permet aux équipes de vente de gagner du temps, de travailler plus intelligemment et de se concentrer sur la génération de recettes. Comment?

Unification et analyse des données à grande échelle

L'IA aide à briser les cloisonnements et à consolider les données en une vue unique et unifiée à grande échelle. Cela permet de prendre des décisions plus rapides basées sur les données, ce qui peut améliorer le rendement du capital investi (RCI).

Amélioration de la prise de décisions

L'analyse prédictive propulsée par l'IA peut être utilisée pour analyser les données historiques, les tendances du marché et le comportement des clients. Cela donne aux équipes de vente des prévisions plus précises, ce qui mène à une affectation plus efficace des ressources.

Automatisation des tâches répétitives

L'automatisation réduit le fardeau de la saisie des données, de la planification et d'autres tâches, afin que les vendeurs puissent récupérer un temps précieux.

Amélioration de l'établissement du dialogue avec les clients

L'IA peut aider à personnaliser les recommandations, les offres et le contenu pour accroître la satisfaction et la rétention des clients.

95 % des organisations utilisent actuellement l'IA pour les ventes et le développement des affaires, ou prévoient de le faire d'ici 2026.²

10,3 fois le RCI pour les dirigeants qui utilisent l'IA générative.²

² « L'opportunité d'affaires de l'IA », International Data Corporation (IDC) et Microsoft, août 2024

3

Libérez la puissance des données de vente unifiées

Données cloisonnées et fragmentées : Cela freine les équipes de vente en entravant l'efficacité et en cachant les opportunités. Tout repose sur la **connexion**.

Les données de vente unifiées rassemblent des informations pertinentes dans un seul écosystème qui sert de « source unique de vérité ». Cela évite aux équipes de manquer des informations et des opportunités clés et de perdre des revenus à long terme.

Pourquoi les données de ventes unifiées sont importantes

1. Exactitude et cohérence

Réduisez les erreurs et assurez-vous que tout le monde travaille à partir de la même information exacte et à jour.

2. Efficacité

Simplifiez l'accès à l'information, ce qui permet d'économiser du temps et des efforts.

3. Conformité

Simplifiez la gouvernance et atténuez les risques liés à la réglementation en matière de confidentialité des données.

Commencer dès maintenant : Comment unifier les données

1. Réalisez des vérifications de données :

Examinez les sources de données (comme les systèmes CRM, les plateformes de marketing, les journaux du service à la clientèle et les bases de données externes) pour comprendre ce que l'organisation a actuellement et identifier les lacunes.

2. Investissez dans des outils d'intégration :

Recherchez des outils et des plateformes qui centralisent toutes les données tout en se connectant de manière transparente aux systèmes existants.

3. Encouragez la collaboration interservices :

Harmonisez les objectifs et processus des équipes de vente, de marketing et de service à la clientèle.

4

Utiliser les renseignements d'IA pour réussir vos ventes

Grâce à des données unifiées et à une compréhension de l'importance de l'IA, les organisations peuvent créer de nouvelles voies vers les revenus et la croissance. Les équipes peuvent tirer le meilleur parti de leurs prospects grâce à des modèles prédictifs et à la priorisation. Ils peuvent donner plus à leurs clients avec l'aide de l'analyse des sentiments, du ciblage du contenu et d'autres personnalisations basées sur les données. Et ils peuvent en faire plus pour augmenter les revenus et la productivité grâce à l'automatisation alimentée par l'IA. Nous décomposons ici les principales façons dont l'IA peut aider les organisations de vente à résoudre des problèmes communs et comment cela se traduit en pratique.



Obtenez-en davantage : Gestion et priorisation des prospects

Capter, repérer et entretenir les clients potentiels jusqu'à ce qu'ils soient prêts à faire un achat est l'épine dorsale du succès des ventes. L'IA peut faire de la gestion des prospects un processus très efficace et axé sur les données afin qu'aucune occasion ne passe entre les mailles du filet.

Comment l'IA aide :

Évaluation des prospects

Ce que cela signifie : Les modèles prédictifs analysent les données historiques et en temps réel pour mieux évaluer la probabilité de conversion.

En action : Un système d'IA détermine qu'un prospect qui a ouvert trois courriels et téléchargé un livre blanc a de fortes chances de convertir son entreprise.

Avantage pour l'entreprise : Atteignez une plus grande productivité en ciblant les efforts sur les prospects à forte valeur ajoutée.

Identifier les occasions cachées

Ce que cela signifie : L'IA détecte des modèles et des opportunités que les humains manquent parfois.

En action : L'IA signale qu'un compte inactif a récemment embauché un nouveau décideur afin que les représentants commerciaux puissent rétablir le dialogue de manière proactive.

Avantage pour l'entreprise : Aucune possibilité de croissance n'est manquée, ce qui entraîne une augmentation des recettes.

Personnaliser l'approche

Ce que cela signifie : L'IA peut générer des messages personnalisés qui résonnent avec chacun des prospects.

En action : Au lieu d'un courriel générique, l'IA est utilisée pour créer des messages personnalisés qui répondent aux défis particuliers auxquels chaque prospect est confronté.

Avantage pour l'entreprise : Les messages personnalisés aident à établir des relations plus étroites avec les clients.

Étude de cas : Investec

Moins d'administration, plus de temps pour le client

Pour mieux gérer son volume élevé de prospects, la banque internationale et gestionnaire de patrimoine Investec a adopté des outils d'IA pour rationaliser les mises à jour du CRM, automatiser les récapitulatifs des réunions et personnaliser les courriels envoyés aux clients.



Nous réalisons des économies d'environ **200 heures** par année dans l'ensemble de la banque.

Daniel Speirits

Gestionnaire des ventes et marketing de produits, Investec

[Lire l'histoire complète](#) →



Donnez-en plus : Les parcours clients et l'établissement d'un dialogue avec les clients

Les parcours clients représentent le cycle de vie complet de l'interaction d'un acheteur avec une marque. L'IA simplifie le processus de gestion.

Comment l'IA aide :



Analyse des sentiments

Ce que cela signifie : L'IA détecte les émotions dans les courriels, les appels ou les mentions sur les médias sociaux.

En action : Si un prospect exprime sa frustration lors d'un appel d'assistance, l'IA peut alerter l'équipe des ventes pour qu'elle fasse un suivi avec une solution ou une offre.

Avantage pour l'entreprise : Des informations exploitables et un souci du détail mènent à une meilleure satisfaction de la clientèle.



Ciblage du contenu

Ce que cela signifie : L'IA recommande des ressources alignées sur les intérêts des clients.

En action : Si un prospect a manifesté de l'intérêt pour la durabilité, l'IA pourrait lui suggérer de lui envoyer un livre blanc sur les pratiques écologiques de l'entreprise.

Avantage pour l'entreprise : La personnalisation et l'engagement proactif mènent à plus d'occasions de revenus.



Communications simplifiées

Ce que cela signifie : L'IA automatise les suivis et les rappels pour des réponses rapides.

En action : Après un appel de découverte, l'IA peut résumer la discussion et suggérer d'envoyer une proposition dans les 48 heures.

Avantage pour l'entreprise : Avec une plus grande efficacité, les représentants commerciaux et les clients obtiennent ce dont ils ont besoin, plus rapidement.

Étude de cas : HYPE

Alimenter un meilleur parcours client

En unifiant les données et en adoptant des outils d'IA, la néobanque italienne HYPE pourrait renouer avec les prospects qui ont abandonné l'intégration, offrir des expériences personnalisées dans l'application et envoyer des alertes proactives de fraude.



Par conséquent, l'entreprise a amélioré l'engagement des clients et a atteint un **taux de résolution de 90 % au premier appel**.

[Lire l'histoire complète](#) →

En faire plus : Automatisation

Les recherches montrent que les professionnels de la vente consacrent plus de 66 % de leur journée au travail administratif,³ ce qui laisse moins d'heures à la vente stratégique. L'automatisation axée sur l'IA permet de gagner du temps, ce qui permet aux équipes de se concentrer sur l'établissement de relations et la génération de recettes.

Comment l'IA aide :



Automatisation de la saisie de données

Ce que cela signifie : Capturez et mettez à jour l'information en temps réel, éliminant ainsi les erreurs.

En action : Après un appel de vente, un outil d'IA enregistre automatiquement les détails tels que les participants à la réunion et les mesures de suivi dans le CRM.

Avantage pour l'entreprise : Gagnez en productivité à mesure que les représentants passent à la vente stratégique et à l'établissement de relations.



Générer des résumés de réunions

Ce que cela signifie : Transcrivez et résumez les réunions pour mettre en évidence les principaux points à retenir et les prochaines étapes.

En action : Après une réunion virtuelle, l'IA crée un résumé concis qui comprend les irritants du client et les prochaines étapes.

Avantage pour l'entreprise : Les équipes mondiales bénéficient d'une communication claire et accessible.



Prix et promotions dynamiques

Ce que cela signifie : Analysez les tendances et les comportements pour ajuster automatiquement les stratégies d'établissement des prix.

En action : Une plateforme de commerce électronique utilise l'IA pour ajuster les prix en temps réel en fonction des fluctuations de la demande ou de l'activité de la concurrence.

Avantage pour l'entreprise : Avec le RCI adaptatif, l'effort prend de la valeur au fil du temps.

³ « Les équipes des ventes ont besoin d'une transformation, Microsoft est prêt à répondre », le groupe Futurum

Étude de cas : Glencore Technology

Automatisez pour réussir

L'entreprise de technologie minière Glencore Technology a utilisé l'automatisation alimentée par l'IA pour rationaliser le traitement des données dans toutes les applications, réduire les réunions inutiles et débloquent des informations de vente plus utiles.



Ces changements ont **augmenté l'efficacité des processus de travail de 50 %** et ont réduit les efforts manuels de 25 %.

[Lire l'histoire complète](#) →



1 2 3 4 5 6 7 8

5

Présentation des agents autonomes

Les agents autonomes sont des systèmes d'IA avancés capables de percevoir leur environnement, de traiter l'information et de prendre des mesures pour atteindre des objectifs spécifiques. Considérez les agents autonomes comme des agents de vente virtuels, des coéquipiers qui ne dorment jamais.

Ces agents utilisent l'apprentissage automatique (ML), le traitement du langage naturel (NLP) et des algorithmes de prise de décision pour atteindre des objectifs spécifiques. Contrairement aux logiciels traditionnels, qui nécessitent des instructions explicites pour chaque action, les agents autonomes apprennent des interactions et s'améliorent au fil du temps.



Fonctionnalités principales



Automatisation des tâches

Ce que cela signifie : Les agents s'occupent de la saisie des données, du traitement des commandes et de la planification.

En action : Lorsqu'un client passe une commande, l'agent autonome vérifie automatiquement le paiement, met à jour les dossiers d'inventaire et envoie un courriel de confirmation.

Avantage pour l'entreprise : Les vendeurs sont libres de se concentrer sur des activités stratégiques pour plus d'efficacité.



Des informations adaptative en temps réel

Ce que cela signifie : Les agents fournissent des recommandations immédiates à l'équipe des ventes.

En action : Un agent autonome analyse le ton et les commentaires d'un client lors d'un appel. Il alerte le représentant des produits clés ou des rabais dont il pourrait avoir besoin.

Avantage pour l'entreprise : Les agents humains et d'IA travaillent en tandem pour fournir un soutien basé sur les données.



Soutien en tout temps

Ce que cela signifie : Les agents fonctionnent en tout temps, sans temps d'arrêt.

En action : Un représentant commercial virtuel traite les demandes des clients en dehors des heures normales.

Avantage pour l'entreprise : Aucun retard dans le service et une résolution plus facile des problèmes de routine signifient une expérience client améliorée.



Apprentissage continu

Ce que cela signifie : Les agents adaptent leur comportement en fonction des interactions passées, pour des améliorations continues.

En action : Au fil du temps, un agent autonome apprend quels facteurs mènent à des conversions réussies et adapte la façon dont il qualifie les prospects.

Avantage pour l'entreprise : Les investissements dans les outils d'IA s'améliorent avec le temps, en vue d'obtenir des résultats à long terme.

Étude de cas : Cemex

Un coup de main

L'entreprise mondiale de matériaux de construction Cemex a adopté un agent autonome propulsé par l'IA appelé Technical Xpert, qui a aidé les agents humains à accéder à des informations détaillées sur les produits et à offrir des solutions sur mesure.



Le temps est la chose la plus précieuse...
[L]’agilité avec laquelle nous pouvons résoudre les problèmes nous permet d’avoir plus de temps avec le client en personne.

Cristhian Alday, représentant commercial de Cemex

sur les avantages de Technical Xpert, qui a coupé le temps consacré à certaines tâches de quelques heures à quelques secondes.

[Lire l'histoire complète](#) →

6

Créer une organisation prête à l'IA pour les ventes

Pour que l'IA soit un outil vraiment efficace pour toute opération de vente, les dirigeants doivent être stratégiques quant à la façon dont ils l'adoptent et la mettent en œuvre.

1. Harmonisez l'IA aux objectifs

- Quels sont les résultats les plus importants pour réussir?
- Quelle est la principale priorité de l'organisation : augmenter les recettes, améliorer la productivité ou autre chose?
- Quel est le RCI attendu de la mise en œuvre de l'IA?

2. Choisissez les bonnes solutions

- **Besoins organisationnels** : Évaluez la pile technologique actuelle, l'infrastructure de données et les irritants spécifiques.
- **Intégration et évolutivité** : Recherchez des plateformes qui s'intègrent parfaitement aux systèmes existants et qui peuvent se mettre à l'échelle en fonction de l'évolution des besoins.
- **Facilité d'utilisation** : La simplicité et la convivialité sont essentielles.
- **Systèmes de soutien** : Privilégiez les outils avec un RCI éprouvé et cherchez des fournisseurs qui offrent un soutien solide.

3. Outiller l'équipe

- **Programmes de formation** : Assurez-vous que les équipes comprennent comment utiliser les nouveaux outils au moyen de séances de base, de formations propres aux rôles et d'ateliers.
- **Gestion des changements** : Répondez aux préoccupations en communiquant les avantages de l'IA, en organisant des séances de questions et réponses et en faisant participer les employés au processus de mise en œuvre.
- **Aborder l'éthique** : Instaurez la confiance en établissant des lignes directrices claires sur la confidentialité des données, l'atténuation des préjugés et la responsabilisation.

4. Décidez comment mesurer le succès

Liez les indicateurs directement aux objectifs. Voici un exemple :

- L'équipe conclut-elle plus de transactions grâce à une meilleure priorisation des prospects?
- Les évaluations de satisfaction de la clientèle se sont-ils améliorées grâce à des interactions personnalisées?
- L'équipe consacre-t-elle moins de temps aux tâches administratives et plus à la vente?

Étude de cas : PA Consulting

Fondé sur la confiance

L'entreprise britannique PA Consulting a placé l'importance sur la formation et le soutien pour créer une « main-d'œuvre augmentée » dans laquelle l'IA améliore les compétences des employés et l'expérience de travail.

L'entreprise estime qu'elle peut **réorienter 45 000 heures par année de tâches de routine** vers des tâches de plus grande valeur qui correspondent aux priorités de l'entreprise.

[Lire l'histoire complète](#) →



7

Comment Microsoft Dynamics 365 peut vous aider

Microsoft Dynamics 365 est un ensemble d'applications d'affaires intelligentes qui aident à connecter les équipes, les processus et les données de l'ensemble de l'organisation pour améliorer l'expérience client et l'agilité opérationnelle. Au sein de la suite, Dynamics 365 for Sales permet aux équipes de vente de se connecter efficacement avec les clients et d'atteindre leurs objectifs avec plus d'efficacité.

Fonctions clés :

- **Gestion des prospects et des occasions** : Priorisez les prospects à forte valeur ajoutée à l'aide de la notation prédictive et de l'analyse améliorée par l'IA.
- **Outils d'automatisation** : Réduisez les tâches manuelles comme la saisie de données, la rédaction de courriels et les résumés de réunions.
- **Informations en temps réel** : Analysez le sentiment des clients, les mentions des concurrents et les performances des conversations pendant les appels.
- **Personnalisation** : Offrez des expériences client personnalisées basées sur des données unifiées et des suggestions d'IA.

La différence Dynamics 365 :

- **il s'intègre de façon transparente dans l'écosystème de Microsoft** : Connectez-vous avec des outils avec lesquels les organisations travaillent déjà, notamment Outlook, Teams et SharePoint. Pas de changement d'application ou de communication décousue.
- **Accédez à des modèles d'IA avancés alimentés par Azure** : Notre plateforme infonuagique de pointe offre des modèles d'apprentissage automatique et des outils d'IA générative de pointe, y compris ceux développés en partenariat avec OpenAI.
- **Utilisez des informations uniques pour les ventes** : Dynamics 365 for Sales s'intègre de manière unique à LinkedIn Sales Navigator pour obtenir des informations sur les ventes sociales et des analyses relationnelles.
- **Activez la veille stratégique avec Power BI** : Intégré nativement, Power BI permet aux équipes de visualiser des données complexes, de combiner des sources de données externes et d'obtenir des informations en temps réel qui se mettent à jour dynamiquement.
- **Évoluer pour répondre aux besoins changeants** : La prise en charge multilingue, la localisation et les centres de données mondiaux garantissent que Dynamics 365 peut servir les entreprises partout dans le monde et évoluer rapidement.

8

Une nouvelle vision pour les ventes propulsées par l'IA

L'avenir des ventes est de plus en plus axé sur les données, hyper personnalisé et axé sur l'automatisation, l'IA jouant un rôle crucial dans l'optimisation des interactions avec les clients et de la prise de décision. C'est l'outil dont les équipes de vente ont besoin pour obtenir un avantage concurrentiel.

En adoptant l'IA de manière stratégique et en donnant à toute l'équipe les moyens d'agir, les organisations peuvent non seulement s'adapter, mais aussi diriger dans cette nouvelle ère.

Transformez votre stratégie de vente avec Microsoft Dynamics 365

Êtes-vous prêt à faire passer votre stratégie de vente au niveau supérieur? Apprenez-en davantage sur la façon dont Microsoft Dynamics 365 peut aider votre organisation à prospérer dans un monde axé sur l'IA.



Augmentez vos revenus grâce à l'IA de nouvelle génération



Commencez votre essai gratuit de Dynamics 365 for Sales

