

MIEUX VENDRE : AVEC OU SANS CRM ?

IDC annonce une croissance annuelle moyenne de 5,7 % entre 2016 et 2020 pour le marché du CRM. Comment expliquer un tel phénomène ? Réponse en chiffres... et en images.

4

ROUNDS POUR SE DÉPARTAGER



Des commerciaux non équipés d'un CRM

VS



Un pôle commercial équipé d'un outil CRM

ROUND 1

Gestion de la base de données

SANS



44%

des organisations BtoB ne vérifient pas si un contact est pertinent avant de le communiquer aux commerciaux.¹

AVEC



65%

des commerciaux trouvent des informations précises sur leurs prospects dans leur CRM.¹

0

SCORE

1

ROUND 2

Personnalisation de la relation client

SANS



40%

des entreprises voulant personnaliser leur relation client éprouvent d'immenses difficultés à visualiser leurs données disponibles et les résultats de leurs campagnes.²

AVEC



19%

en moyenne d'augmentation des ventes chez les entreprises ayant recours à des campagnes de fidélisation.³

0

SCORE

2

ROUND 3

Ciblage et efficacité des campagnes d'e-mailing

SANS



1%

de chance qu'un prospect ouvre votre e-mail alors qu'il ne vous connaît pas.⁴

AVEC



14%

10%

Les e-mails personnalisés améliorent le taux de clics de 14 % et la conversion de 10 %.⁴

0

SCORE

3

ROUND 4

Suivi et gestion de l'activité commerciale

SANS



67%

du temps des commerciaux consacré à faire autre chose que vendre.⁴

AVEC



60%

de gain de temps et d'accélération de la réactivité des collaborateurs équipés d'un CRM.⁵

0

SCORE

4



SANS CRM, 48 % DES COMMERCIAUX NE PENSENT PAS À RELANCER LEURS PROSPECTS.⁶

ET VOUS ?

¹Source : Iko System.

²Source : Experian Marketing Services : The 2015 Digital Marketer Report.

³Source : étude Econsultancy.

⁴Source : Microsoft & insights 2015 et Nomination.

⁵Source : étude cabinet Markess International.

⁶Source : close-more.deals