

4 façons de simplifier votre approche go to market



1

Mesurer et démontrer l'impact sur le business

Il ne suffit pas de mentionner tout ce que vous avez réalisé en termes de programme marketing ou de plans de formation ; vous devez montrer que ce que vous faites impacte positivement le business. Vous devez optimiser vos stratégies de contenu, d'onboarding, de formation et de coaching pour obtenir un effet maximal grâce à des indicateurs et à des analyses qui vous indiquent tout ce que vous devez savoir, qu'il s'agisse des ressources qui sont partagées et utilisées ou de la question de savoir si les commerciaux assimilent et communiquent les derniers messages. Lorsque vous savez ce qui fonctionne et ce qui ne fonctionne pas, vous savez où investir votre temps et votre argent pour un meilleur retour sur investissement.

2

Faire l'onboarding, former et coacher les équipes en un temps record

Le moyen d'accélérer la montée en compétences des nouveaux commerciaux est de leur proposer des formations de taille réduite, conçues pour les équipements portables et riches en contenu multimédia, faciles à construire en quelques clics. Vous devez également améliorer les compétences des commerciaux plus expérimentés, et la meilleure façon de le faire est d'organiser des sessions de coaching augmentées par l'IA qui simulent des scénarios réels à l'aide de vidéos, d'enregistrements audios et de l'utilisation de la messagerie instantanée. Ces formations peuvent révéler les points forts et les domaines à améliorer au sein de votre entreprise, tout en fournissant à chaque apprenant un retour d'information personnalisé pour améliorer sa clarté, sa confiance et sa crédibilité.



3

Organiser le contenu

Lorsque le contenu est dispersé à plusieurs endroits, il est trop difficile de trouver ce dont on a besoin au moment opportun. Vous ne savez pas non plus si ce que vous regardez est à jour, conforme à l'image de marque ou à la réglementation. Mais avec une bibliothèque centrale, une recherche intuitive, des aperçus de documents, des abonnements à des contenus personnalisés, des recommandations augmentées par l'IA et une gouvernance appropriée, tout le monde dans votre organisation go to market ne fera qu'utiliser les documents les plus récents et les plus pertinents, à chaque fois.

4

Assembler facilement des documents personnalisés

Pour maximiser l'interaction avec les clients, vous devez simplifier la personnalisation du contenu. Pour ce faire, vous pouvez utiliser des composants dynamiques qui se remplissent automatiquement en fonction des réponses à des questions prédéfinies. Cet assemblage automatique permet également de s'assurer que seul le contenu actualisé, conforme à l'image de marque et à la réglementation figure dans le document final, de sorte que vous, et le reste de votre équipe, sachiez qu'il peut être partagé en toute sécurité.

Vous voulez en savoir plus ? →

