



L'avantage de l'IA:

Optimisez vos performances commerciales grâce
aux outils de nouvelle génération

Ce contenu est destiné

aux leaders commerciaux qui cherchent des informations pratiques sur l'exploitation de l'IA de nouvelle génération pour améliorer la productivité des commerciaux, les performances des équipes et les expériences client.



Table des matières



4

7

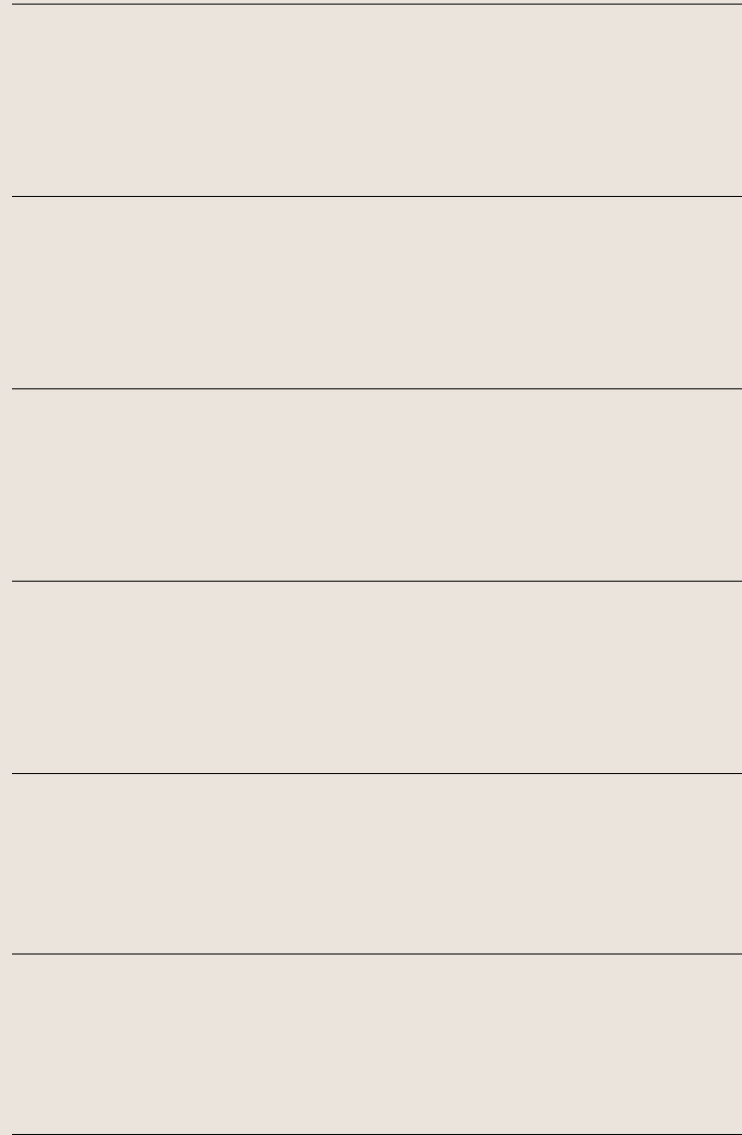
11

15

17

21

23



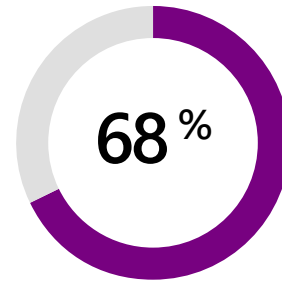
Comment l'IA de nouvelle génération améliore les ventes



Les entreprises attendent des équipes commerciales qu'elles améliorent leur performance et établissent des relations plus personnalisées avec leurs clients.

Sans les bons outils, ces objectifs peuvent être problématiques. Alors que les commerciaux rédigent un nombre croissant d'emails vers des prospects et jonglent avec une multitude de données, ils délaissent en même temps des interactions avec des prospects prometteurs. De leur côté, les responsables d'équipe n'ont pas accès aux données nécessaires pour identifier les bonnes pratiques, rendant leurs répliques moins efficaces qu'elles ne devraient l'être.

Ce qui manque, c'est la capacité d'analyser rapidement les données pour les rendre actionnables. C'est ainsi que l'IA de nouvelle génération permet entre autres d'améliorer les performances.



68 % des personnes déclarent manquer de temps de concentration ininterrompue pendant leur journée de travail.¹

Cette technologie permet aux commerciaux d'identifier instantanément les données les plus critiques, de générer du contenu nouveau et original et d'automatiser les tâches CRM. Elle permet également aux dirigeants d'identifier les initiatives commerciales qui fonctionnent et les raisons - tout en partageant des informations en vue d'éclairer des décisions stratégiques.

L'IA est capable de révolutionner les méthodes de travail en aidant les commerciaux à...

Gagner du temps : concentrez-vous sur un engagement de qualité avec vos clients, simplifié par des propositions d'e-mails générés par l'IA et l'automatisation de la rédaction des comptes rendus de réunions, de la collecte et saisie de données.

Connecter les données : répondez immédiatement aux questions des clients en bénéficiant d'un accès facile aux informations appropriées dans le flux de travail.

Anticiper : exploitez au mieux les recommandations et les rappels alimentés par l'intelligence artificielle.

Innover : identifiez ce qui fonctionne grâce à l'analyse en temps réel des conversations et des interactions afin d'améliorer le coaching et les performances.

L'IA de nouvelle génération a déjà démontré qu'elle peut améliorer considérablement l'expérience au travail. Un récent sondage a révélé que 89 % des travailleurs ayant accès à l'automatisation et à des outils alimentés par l'IA se sentent plus épanouis car ils peuvent consacrer du temps à des tâches à valeur ajoutée.²

Partir sur de bonnes bases

Pour tirer le meilleur parti de l'IA, il ne suffit pas d'utiliser des outils. Il est essentiel de choisir les bonnes fonctionnalités, de former les collaborateurs et de garantir la confidentialité et la sécurité des données. Dans ce livre blanc, nous vous aiderons à tirer le meilleur parti de cette nouvelle technologie révolutionnaire, en vous expliquant les points suivants :

- **Comment** choisir les outils d'IA de nouvelle génération dédiés aux commerciaux
- **Les domaines** impactés par l'IA
- **Former** les équipes commerciales à l'adoption de l'IA
- **Garantir** une utilisation responsable de l'IA

« Cette nouvelle génération d'IA supprimera les tâches fastidieuses, tout en améliorant la créativité. Les outils alimentés par l'IA offrent une opportunité incroyable : ils permettent d'atténuer la dette numérique, de générer des aptitudes en IA et d'optimiser le travail des collaborateurs. »

Satya Nadella,

Président et PDG, Microsoft³



Choisir la solution de vente basée sur l'IA adaptée à votre équipe



Le nombre d'outils d'aide à la vente enrichis d'IA disponibles sur le marché a considérablement augmenté, offrant de nombreuses options. Pour choisir au mieux l'outil adapté à votre entreprise, vous devez associer les cas d'utilisation critiques et les problèmes rencontrés avec les fonctionnalités d'une plateforme donnée.

Que recherchent les utilisateurs ?

Heureusement, cette question est étayée par des données. Interrogés sur le travail en 2030, les participants ont déclaré qu'ils accordent le plus de valeur aux changements qui leur permettraient de gagner du temps, afin de produire un travail de qualité et d'acquérir de nouvelles compétences plus rapidement.⁴ Plus précisément, 85 % d'entre eux recherchent des outils numériques qui améliorent leur agilité, automatisent les tâches quotidiennes et facilitent l'accès aux informations.⁵

Par conséquent, l'IA dédiée aux ventes doit :

Être rapide et facile à comprendre et à adopter. Les collaborateurs estiment que leur temps est rare et précieux : ils investiront donc une quantité d'efforts limitée dans l'apprentissage d'un nouvel outil si l'ancienne méthode semble « suffisamment satisfaisante ».

Engendrer un impact notable. Les expériences d'IA transforment les méthodes de travail. Les tâches qui étaient auparavant perçues comme fastidieuses et ennuyeuses deviennent faciles, voire amusantes.

Libérer le temps des collaborateurs afin qu'ils améliorent leur créativité et leur implication.

Personne ne souhaite consacrer trop de temps à la réalisation de tâches chronophages. Les collaborateurs souhaitent utiliser leurs compétences et leurs connaissances de manière réfléchie. L'IA devrait les aider à se concentrer en vue d'améliorer la performance.

L'aspect humain doit être privilégié. L'IA n'est là que pour aider les collaborateurs, et non pour instaurer une domination des robots. Cette technologie doit avant tout être axée sur les personnes en vue de favoriser son adoption, les résultats et l'utilisation éthique. Les humains doivent toujours avoir le dernier mot sur tout contenu ou action générés par les outils.

Conseils facilitant la prise de décision

Votre cheminement vers l'adoption de l'IA par votre équipe commerciale est unique. C'est en déterminant les possibilités de cette technologie et sa capacité à répondre aux besoins de votre équipe que vous pourrez choisir les bons outils.

- **Découvrez la technologie.** Vous n'avez pas besoin d'être un data scientist pour utiliser l'IA de nouvelle génération. Toutefois, c'est en comprenant son fonctionnement et les aspects sous-jacents d'une solution donnée que vous pourrez comprendre l'approche du fournisseur et sa rigueur quant au développement de ces outils.
- **Demandez à l'équipe.** Identifiez les principales difficultés d'une journée de travail typique en initiant des conversations ou en réalisant des sondages à ce sujet.
- **Testez cette technologie** avec un essai gratuit ou une démonstration
- **Obtenez les avis des meilleurs commerciaux et dirigeants.** Rassemblez une équipe pour piloter des outils alimentés par l'intelligence artificielle dans des situations réelles.



L'importance de l'intégration

L'utilité de l'IA de nouvelle génération dépend des données auxquelles elle peut accéder et du nombre de façons dont les collaborateurs peuvent interagir avec cette technologie. Les solutions qui fonctionnent avec les technologies et les données existantes au sein de votre organisation vous offrent une longueur d'avance sur l'adoption et le retour sur investissement.

Voici deux questions cruciales à se poser.

Cette technologie s'intègre-t-elle aux outils ?

De nombreux fournisseurs proposent des outils d'IA autonomes. Il est plus facile de motiver l'adoption et de générer de la valeur si l'IA s'intègre aux tâches de travail quotidiennes des collaborateurs. Il est judicieux de rechercher des outils qui font partie d'une plateforme complète.

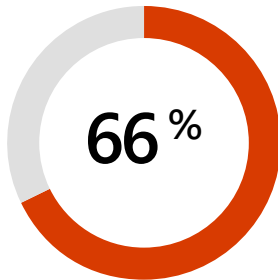
Cette technologie s'intègre-t-elle à vos données existantes ?

Lorsque les collaborateurs utilisent un outil d'IA compatible avec les données de votre entreprise, en particulier la CRM, ils peuvent créer plus facilement du contenu personnalisé et obtenir des informations exploitables. Les systèmes d'IA connectés à une plateforme de données unifiée permettent aux collaborateurs de briser les silos et d'obtenir une vue à 360° des clients.



Améliorer la concentration et la productivité des commer- ciaux





Les commerciaux consacrent jusqu'à 66 % de leur journée à traiter des e-mails.⁶

Les commerciaux sont confrontés à de nombreuses demandes. Grâce à l'IA, ils peuvent accélérer la réalisation des tâches sans valeur ajoutée. Comment cela fonctionne-t-il dans le monde réel ? Regardons cela de plus près.

Rédaction d'e-mails pour les clients



Processus actuel :

Le commercial rédige des e-mails à partir de zéro ou en fonction d'un modèle, en les personnalisant pour chaque client et en introduisant manuellement les informations pertinentes.



Processus optimisé par l'IA :

Le commercial utilise des prompts en langage naturel pour générer rapidement le contenu d'un e-mail personnalisable qui intègre automatiquement les détails en fonction du CRM et des interactions passées. Le commercial peut ensuite affiner le message comme il le souhaite.



Considérations :

- **Aligner l'IA aux directives de l'entreprise.**
- **Maintenir un équilibre entre l'automatisation et la personnalisation.**
- **Remédier à la présence de biais éventuels.**

Synthétiser les réunions commerciales



Processus actuel :

Les commerciaux prennent des notes lors des réunions, puis écrivent manuellement les résumés des réunions.



Processus optimisé par l'IA :

Le commercial utilise des outils d'IA pour transcrire et résumer automatiquement les réunions, en extrayant les points clés et les actions de suivi.



Considérations :

- Évaluer l'exactitude et la fiabilité des services de transcription d'IA.
- Vérifier que les informations sensibles sont traitées de manière sécurisée.
- Proposer une formation aux équipes commerciales sur l'utilisation efficace des résumés.

Identifier et hiérarchiser les opportunités



Processus actuel :

Les équipes commerciales utilisent la recherche manuelle et le jugement subjectif pour hiérarchiser les opportunités.



Processus optimisé par l'IA :

Les algorithmes d'IA analysent de vastes quantités de données, y compris les tendances du marché, le comportement des clients, afin de classer les opportunités à fort potentiel.



Considérations :

- Valider l'identification des opportunités intéressantes.
- Intégrer l'intelligence artificielle à l'expertise humaine.
- Établir des critères clairs pour la hiérarchisation des opportunités.

Amélioration du coaching et des performances



Processus actuel :

Les responsables coachent les équipes en fonction de leurs observations et de leurs évaluations subjectives.



Processus optimisé par l'IA :

Identification des stratégies grâce à une analyse détaillée des appels, des indicateurs de performance clés et d'autres données. Ils peuvent fournir des recommandations de coaching personnalisées basées sur des informations axées sur les données.



Considérations :

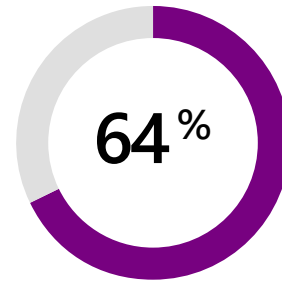
- Vérifier que les outils sont adaptés à l'organisation.
- Traiter les problèmes de confidentialité liés aux données de performance.
- Trouver un équilibre entre les commentaires automatiques et les conseils humains.



Personnaliser les engage- ments des clients



Les clients s'attendent de plus en plus à des interactions personnalisées, à des réponses rapides à leurs questions et à une expérience multicanale fluide. Les commerciaux qui utilisent l'IA bénéficient d'un avantage. Ils peuvent rapidement intégrer les données et obtenir des informations précieuses où et quand ils en ont besoin.



64 % des clients souhaitent que les entreprises s'adaptent plus rapidement pour répondre à l'évolution de leurs besoins.⁷

Les équipes peuvent utiliser l'IA de trois façons pour accroître la fidélité de leurs clients.

Se tenir informé : les commerciaux peuvent obtenir des résumés des dernières interactions, des actualités et des informations sans rechercher des données dans plusieurs sources. L'IA, après analyse, peut fournir des informations complètes et en temps réel. Les commerciaux peuvent ainsi participer à des réunions en bénéficiant d'une image claire des dernières activités, des besoins et des attentes des clients, en vue d'améliorer la conversation.

Partage de contenu pertinent : les commerciaux peuvent renforcer l'engagement des clients à l'aide de recommandations de contenu axées sur l'IA. L'outil analyse les interactions, les préférences et le comportement passés d'un client et prédit le contenu le plus attrayant. Qu'il s'agisse d'un article

de blog, d'une nouvelle mise à jour de produit ou d'une offre personnalisée, le contenu approprié sera adressé en temps opportun aux clients, afin d'améliorer considérablement leur engagement.

Prochaine étape : il peut être difficile de prioriser les actions de suivi dans un environnement de vente dynamique. À l'aide de l'IA, les commerciaux peuvent obtenir des points clés, des mentions des concurrents et des actions de suivi à partir d'e-mails et d'appels afin de traiter rapidement les problèmes et les opportunités. Cette attention accrue aux détails peut améliorer la perception des clients sans augmenter les demandes auprès des commerciaux déjà bien occupés.

Former les équipes commerciales à l'adoption de l'IA



Même si les meilleurs outils d'IA sont faciles à adopter, une formation garantira une transition en douceur. Elle minimisera la résistance et les malentendus éventuels, susceptibles de compromettre la réussite de l'intégration. Elle permettra également aux collaborateurs de saisir les nombreuses façons dont ils peuvent tirer parti de ces nouvelles fonctionnalités, afin d'améliorer les résultats.

Commencez par la démystification de l'IA

Commencez par les bases. Si les collaborateurs comprennent ce qu'est l'IA (et ce qu'elle n'est pas), ils pourront l'utiliser plus efficacement. Voici quelques points :

- Les personnes interagissent avec l'IA en utilisant le langage naturel. Vous n'avez pas besoin d'une formation ou de connaissances particulières.
- Cette technologie est capable de traiter de nombreuses informations. Elle peut traiter de vastes quantités de données et en tirer un sens. Il peut, par exemple, s'agir de comprendre les habitudes des clients ou d'identifier des méthodes de vente gagnantes.
- L'IA peut également créer du contenu en fonction de ce qu'elle a « appris » des données et de l'intervention humaine. Elle peut vous aider à rédiger des e-mails ou à créer des argumentaires en fonction de ce qu'elle a appris.
- Enfin, l'IA est là pour vous aider, pas pour vous remplacer. Elle fonctionne mieux quand les humains complètent l'approche, en ajoutant leurs connaissances, leur point de vue et leur jugement, lesquels ne peuvent être copiés par des machines. En outre, à mesure que les commerciaux guident l'IA, celle-ci s'améliore au fil du temps.



Partagez les bonnes pratiques et les compétences spécifiques

Voici les compétences spécifiques les plus importantes qui doivent être acquises par les commerciaux lorsqu'ils apprennent à utiliser l'IA générative.

- 1. Création de prompts :** pour utiliser l'IA générative, les utilisateurs saisissent des prompts. Ce sont des questions auxquelles l'IA répond, généralement écrites en langage naturel. Différentes invites génèrent diverses sorties. Les commerciaux doivent se concentrer sur l'élaboration de prompts précis et détaillés. Certains outils d'IA générative fournissent des modèles de questions, tels qu'une ébauche d'un e-mail. D'autres sont plus ouverts et peuvent effectuer diverses tâches, telles que la synthèse de texte ou la rédaction d'articles.
- 2. Être créatif et itératif :** l'IA est un outil qui favorise l'expérimentation. Si l'IA ne produit pas le résultat souhaité lors de la première tentative, il faut affiner le prompt. Cette compétence peut être assimilée au « co-raisonnement », l'idéation aux côtés de l'IA en interagissant avec cette technologie grâce à plusieurs questions-réponses.
- 3. Double vérification du contenu :** bien que l'IA soit puissante, elle n'en est pas moins une machine, susceptible de faire des erreurs. C'est en gardant cette notion à l'esprit que vous pourrez éviter les problèmes de communication ou les erreurs potentielles. C'est en intégrant un humain (ou plusieurs) dans la boucle que vous pourrez garantir l'adéquation du contenu avec la marque et sa pertinence par rapport au public visé.



Changer sa façon de penser

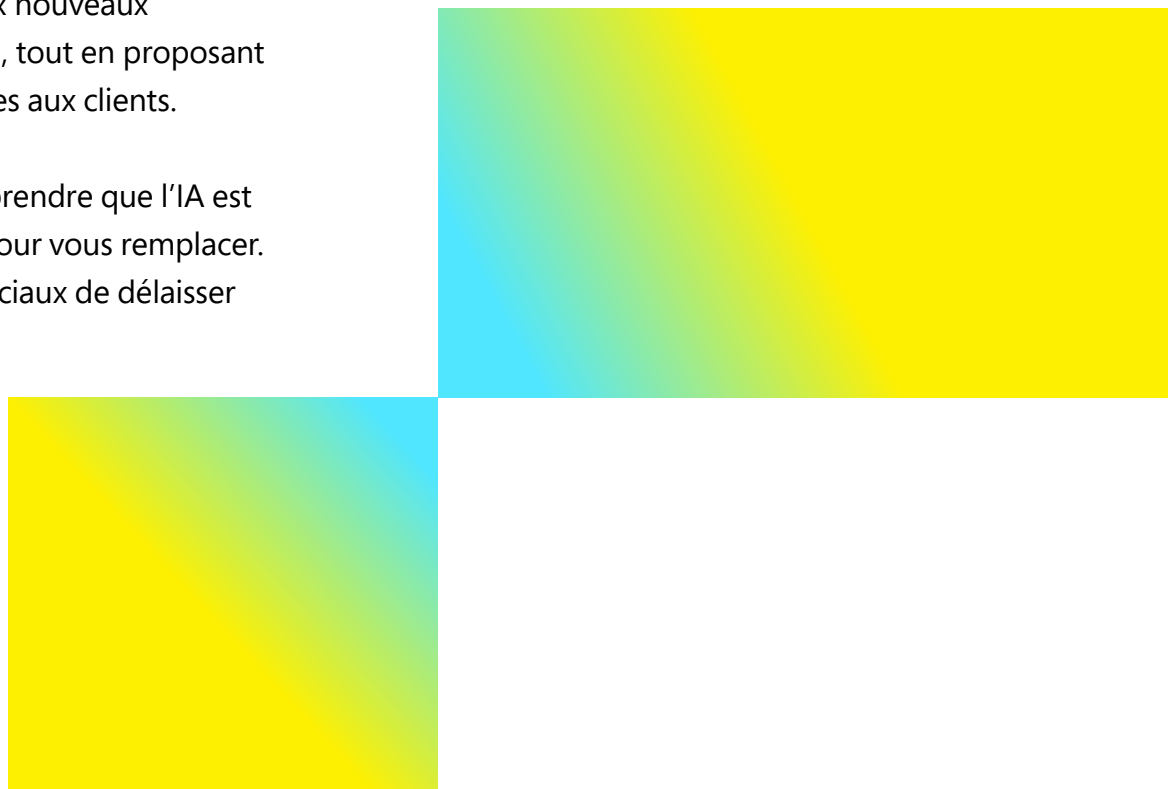
Apprendre à utiliser l'IA ne consiste pas seulement à acquérir de nouvelles compétences ou à se familiariser avec de nouveaux outils. Il faut également changer son état d'esprit afin définir les priorités et le temps associé.

Dans une enquête, des dirigeants ont déclaré que le jugement analytique, la flexibilité et l'intelligence émotionnelle constitueraient des compétences essentielles pour les collaborateurs dans un avenir alimenté par l'IA.⁸ Ces compétences sont essentielles car elles aident les commerciaux à utiliser judicieusement les informations générées par l'IA et à s'adapter aux nouveaux processus pilotés par l'IA, tout en proposant des interactions humaines aux clients.

Il est important de comprendre que l'IA est là pour vous aider, pas pour vous remplacer. Elle permet aux commerciaux de déléguer

les tâches banales et répétitives, afin qu'ils puissent se consacrer à des activités à plus forte valeur ajoutée. Ce changement leur permettra de se concentrer davantage sur l'interaction avec les clients, l'établissement de relations et la clôture des ventes.

Pour être utilisée judicieusement, l'IA doit être assimilée à un copilote et non à une solution autonome. Par exemple, plutôt que d'envoyer un e-mail généré par l'IA sans le lire, il est bien plus efficace de l'utiliser pour accélérer la rédaction d'une réponse personnalisée. L'outil peut ainsi générer la majeure partie du contenu et le commercial est celui qui le rendra véritablement personnel et pertinent.



Garantir une utilisation responsable de l'IA



L'IA s'appuie sur les données. Il est donc essentiel de s'assurer que la technologie est conçue pour être fiable et hautement sécurisée. Vous devrez probablement déléguer ces critères à un fournisseur. Vous devrez donc choisir judicieusement votre partenaire.

Lors de l'évaluation d'une solution d'IA, posez des questions sur la sécurité, la confidentialité et les principes éthiques aux fournisseurs évalués.

1. **Équité** : le système doit éviter les biais et traiter équitablement l'ensemble des individus et des groupes. Il ne doit pas favoriser ou discriminer certains groupes par rapport à d'autres.
2. **Fiabilité et sécurité** : l'IA doit être fiable et fonctionner en toute sécurité dans toutes les conditions. Elle doit présenter un fonctionnement adéquat en permanence et être soumise à des mesures de protection pour prévenir ou atténuer les dommages.
3. **Confidentialité et sécurité** : elles doivent protéger les données utilisateur et respecter la confidentialité. Ces mesures comprennent le stockage de données, le chiffrement et la conformité sécurisés, axés sur les lois de protection des données concernées.
4. **Inclusivité** : l'IA doit être conçue pour être accessible et utile pour le plus grand nombre de personnes possible, indépendamment de leurs capacités ou antécédents. Elle ne doit pas exclure ou marginaliser des groupes.
5. **Transparence** : le fonctionnement et la prise de décision du système doivent être clairs. Les utilisateurs doivent être en mesure de comprendre et de contester les résultats du système.
6. **Responsabilité** : des mécanismes doivent être établis afin de tenir les créateurs et les opérateurs responsables de leurs performances et de leurs impacts.

Si vous travaillez avec une entreprise qui adhère à ces principes, vous pouvez utiliser plus sereinement ses solutions pour améliorer les performances de l'entreprise et l'expérience de l'équipe commerciale.

Conclusion

L'IA de nouvelle génération peut aider les commerciaux à personnaliser l'expérience client, tout en améliorant leur productivité et les performances en fonction des données. C'est en privilégiant les personnes que vous pourrez optimiser la créativité, l'engagement et la satisfaction.

Microsoft Sales Copilot est un copilote d'IA basé sur les rôles, conçu pour les commerciaux et les équipes de vente, en vue de les aider à automatiser les tâches quotidiennes et à accroître leur créativité. Cette solution permet aux commerciaux de proposer des expériences client personnalisées de manière efficace, de se concentrer sur les opportunités et les tâches les plus importantes et d'identifier les bonnes pratiques pour conclure davantage de ventes. Sales Copilot est inclus dans les applications Microsoft Dynamics 365 Sales et Microsoft 365, telles que Microsoft Teams et Outlook. Cette solution se connecte également à d'autres CRM, comme Salesforce.

Suivez le guide

Commencez un essai gratuit

¹ [Indice des tendances du travail | L'IA va-t-elle faciliter le travail ?](#), Microsoft, 2023

² [Quatre façons dont les dirigeants peuvent améliorer les méthodes de travail des collaborateurs](#), Microsoft, 2023

³ [Indice des tendances du travail | L'IA va-t-elle faciliter le travail ?](#), Microsoft, 2023

⁴ [Indice des tendances du travail | L'IA va-t-elle faciliter le travail ?](#), Microsoft, 2023

⁵ [Quatre façons dont les dirigeants peuvent améliorer les méthodes de travail des collaborateurs](#), Microsoft, 2023

⁶ [Microsoft améliore Viva Sales grâce à la nouvelle expérience des commerciaux GPT - Blog Microsoft Dynamics 365](#), Microsoft, 2023

⁷ [A Life-Centric Approach to Business](#), Accenture, 2022

⁸ [Indice des tendances du travail | L'IA va-t-elle faciliter le travail ?](#), Microsoft, 2023



© 2023 Microsoft Corporation. Tous droits réservés. Le présent document est fourni « en l'état ». Les informations et les points de vue exprimés dans le document, y compris les URL et autres références à des sites web, sont susceptibles d'être modifiés sans préavis. Vous assumez les risques associés à son utilisation. Le présent document ne vous donne pas les droits juridiques propres à la propriété intellectuelle de tout produit Microsoft. Vous pouvez photocopier et utiliser ce document à titre de référence interne.