



Bienvenue

10 conseils pour aligner Sales & Marketing

Avec



Nicolas Boissard

Directeur Marketing

kestio



kestio

La solution en ligne et les experts pour accompagner et former vos équipes commerciales et marketing

+ 2500

utilisateurs de 400 sociétés qui partagent ensemble

+ 100

consultants, formateurs, coachs, digital marketers, business developers à vos côtés

+ de 800

thèmes, canaux, vidéos, micro-learning en illimité

Nos accompagnements sont financés OPO en tant qu'organisme certifié Qualiopi



Kestio vous aide grâce à des parcours personnalisés sur 2 leviers majeurs



Les méthodes de développement

la phase visible de l'iceberg de votre dispositif commercial



Le cadre commercial

pour disposer de tout ce qui permet de développer dans la durée

Les constats de l'étude



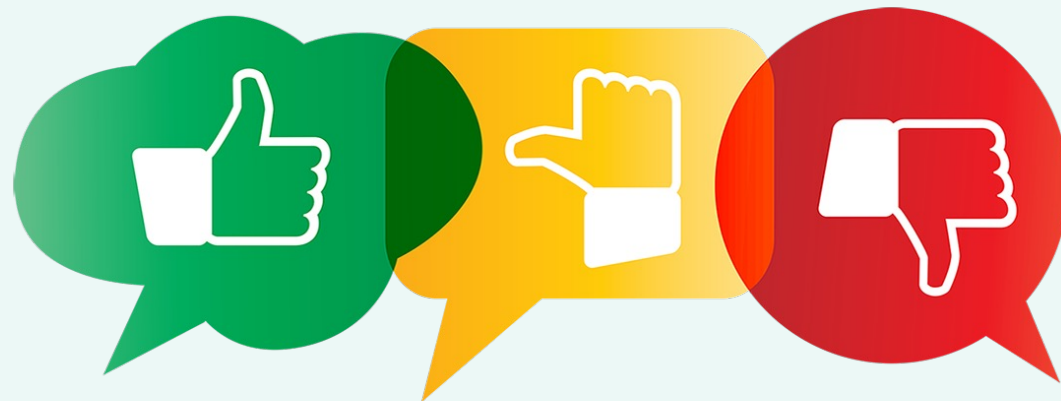
**90 % des marketeurs estiment que le
marketing à un impact significatif ou très
significatif sur la vente**

**Contre
79% des commerciaux**



**Les leads
transmis aux
sales ne sont
pas toujours
pertinents**

Le feedback sur la qualité du lead et sa conversion n'est pas – peu – fait

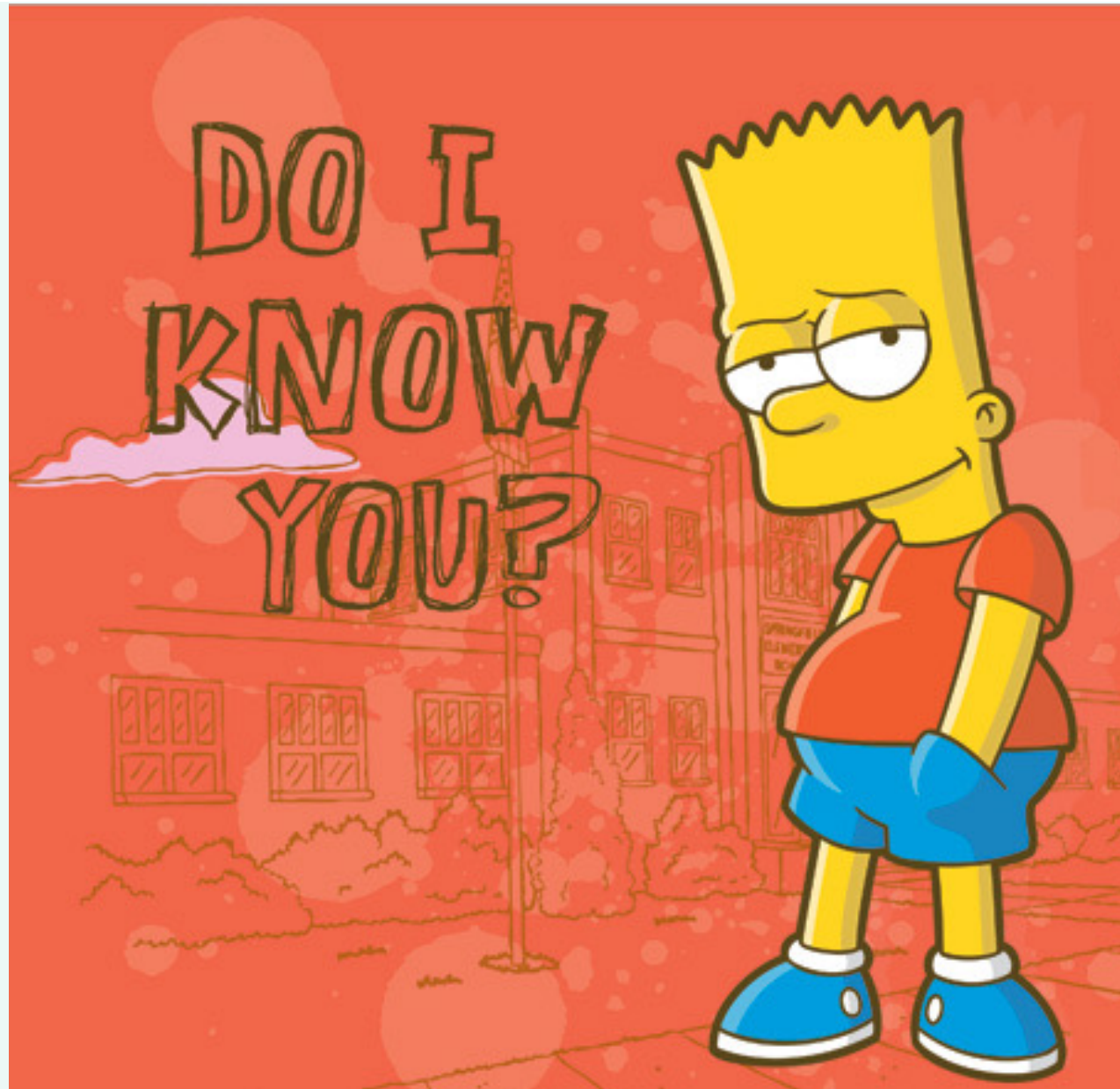


**62 % des commerciaux traitent
en priorité les leads issus de leur
prospection**

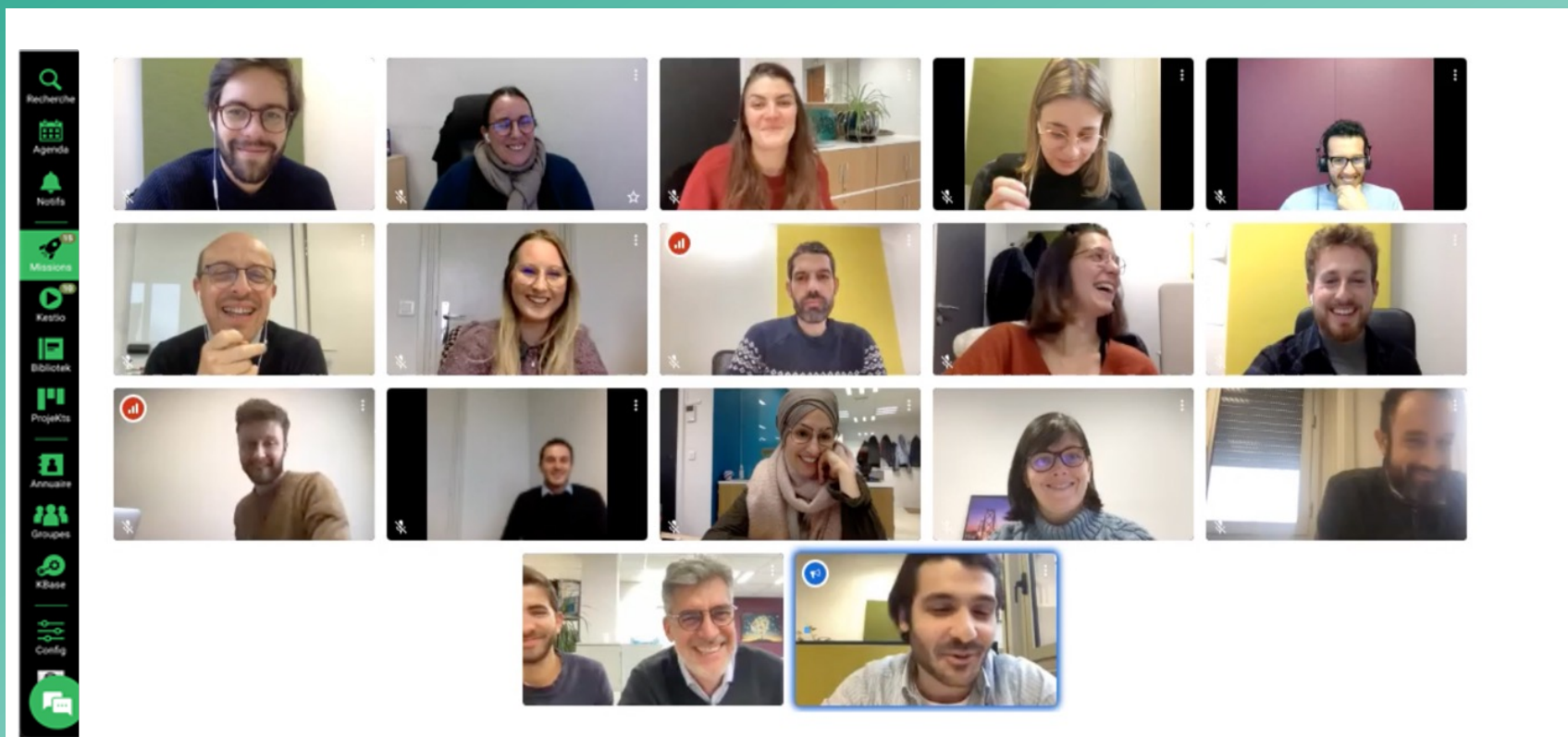
**Un commercial
voit un lead
qu'il a lui-
même généré
comme son
« bébé »**



**Un commercial
a une moins
bonne
connaissance
du lead
marketing**



Les 10 actions que nous avons mis en place (et mettons en place chez nos clients !)



**La mise en
place de
binôme Sales
et Marketing
responsable
de l'ensemble
du parcours**



#1 Des commerciaux à l'origine des campagnes marketing

#2 Des équipes marketing à l'origine des scripts d'appel...

#3 Et en double écoute des rendez-vous

**Du Test &
Learn pour
toujours
optimiser les
campagnes**



#1 Des commerciaux à l'origine des campagnes marketing

#2 Des équipes marketing à l'origine des scripts d'appel...

#3 Et en double écoute des rendez-vous

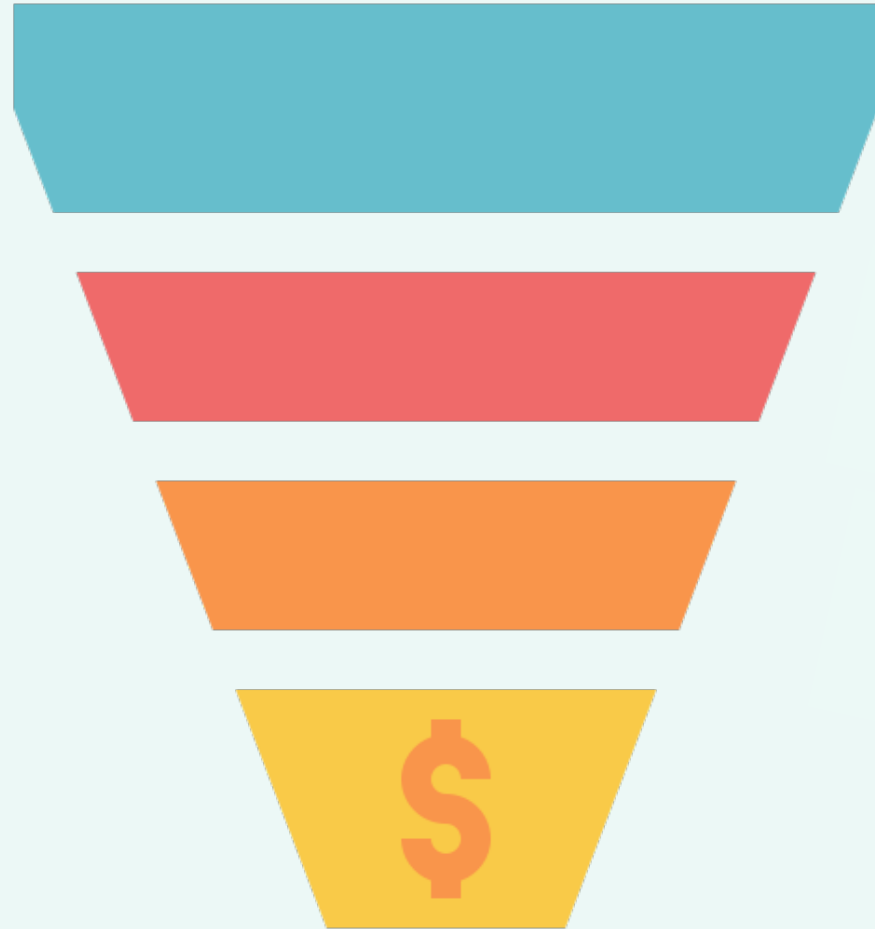
#4 Des nouvelles campagnes testées en mode sprint

#5 Un partage régulier sur les contenus des campagnes

#6 Une sur-communication des succès...

#7 Et une transparence sur les échecs

**Un objectif
tourné
opportunités
et clients**



#1 Des commerciaux à l'origine des campagnes marketing

#2 Des équipes marketing à l'origine des scripts d'appel...

#3 Et en double écoute des rendez-vous

#4 Des nouvelles campagnes testées en mode sprint

#5 Un partage régulier sur les contenus des campagnes

#6 Une sur-communication des succès...

#7 Et une transparence sur les échecs

#8 Du contenu marketing tout au long du cycle de vente

#9 Des KPI marketing qui vont au bout du cycle de vente

#10 ITÉRATIONS !

#1 Des commerciaux à l'origine des campagnes marketing

#2 Des équipes marketing à l'origine des scripts d'appel...

#3 Et en double écoute des rendez-vous

#4 Des nouvelles campagnes testées en mode sprint

#5 Un partage régulier sur les contenus des campagnes

#6 Une sur-communication des succès...

#7 Et une transparence sur les échecs

#8 Du contenu marketing tout au long du cycle de vente

#9 Des KPI marketing qui vont au bout du cycle de vente

#10 ITÉRATIONS !

kestio

Libérons le potentiel de vote entreprise

Merçi

