

DES CYCLES DE VENTE **25% PLUS LONGS !**

POUR LES SALES B2B DANS LE SAAS



QUEL IMPACT POUR

- ➔ LES COMMERCIAUX ?
- ➔ LA PERFORMANCE DES BUSINESS SAAS ?

- Les facteurs & impacts Sales & Business
- Les challenges 2024 des Sales
- Nos conseils clés pour accélérer

**On vous
explique tout !**



ALLONGEMENT DU CYCLE DE VENTE B2B DANS LE SAAS

LES CYCLES DE VENTE SE SONT ALLONGÉS DE **25%*** PASSANT DE 107 JOURS À 134 JOURS - SOIT 4,4 MOIS.



IL FAUDRAIT ALORS **+27 JOURS** AUX SALES DU SAAS POUR CLOSER LEURS OPPORTUNITÉS

LES RAISONS ?

- Un contexte socio-économique tendu
- Evolution du comportement d'achat (besoin d'information, d'autonomie, nouvelles générations ...)
- Un marché du SaaS saturé
- Démultiplication des decision-makers (en moyenne, 6 à 10 decision-makers impliqués dans les processus d'achat B2B selon Gartner)

QUEL IMPACT ?

CYCLES DE VENTE PLUS LONGS

RESSOURCES ALLOUÉES

Pour convertir : Ressources Humaines, budget Sales & Marketing, plus de temps et d'efforts de vente.

↑ CAC

Le coût d'acquisition client médian a augmenté de **+180% EN 2023***

↓ LTV / CAC

Des clients moins rentables, avec un ratio médian LTV/CAC EN BAISSSE DE **-47% EN 2023***

↑ CAC PAYBACK

Période de récupération du coût plus long EN HAUSSE DE **150% EN 2023***

↓ RENTABILITÉ

NÉGOCIATIONS PROLONGÉES

+16 JOURS EN MOYENNE sur la durée de négociation, contribuant de moitié à l'allongement global du cycle de vente.

↑ DISCOUNTS

81,6 % DES ENTREPRISES SAAS OFFRENT DES REMISES SUR LES CONTRATS ANNUELS, AVEC UNE REMISE MOYENNE DE 18,4 %.

↓ CROISSANCE ACV

Les Sales du SaaS perdent en moyenne **18% DE LEUR ACV MOYEN PAR LES REMISES COMMERCIALES EN 2023***.



LES CHALLENGES À RELEVER

*Etude Capchase - B2B SaaS Sales Cycles in 2023

** sur des cycles de ventes plutôt transactionnelles

LES CHALLENGES SALES À RELEVER

pour accélérer votre cycle de vente et réussir en 2024 !

1- **UNE QUALIFICATION CIBLÉE**

Pour optimiser vos ressources commerciales et votre temps, l'enjeu sera d'affiner la qualification de vos leads et opportunités - et ce, tout au long du cycle de vente pour mieux prioriser vos opportunités !

2- **MIEUX COMPRENDRE LA MATRICE DÉCISIONNELLE DE VOS PROSPECTS**

Les groupes d'achat B2B évoluent, les décision-makers se multiplient, rendant la matrice de décision plus complexe et plus longue chez vos prospects. L'enjeu sera de comprendre les nouveaux acteurs et d'ajuster votre stratégie pour influencer chaque décideur clé.

3- **FOCUS SUR LA PROPOSITION DE VALEUR**

Dans un marché saturé, votre proposition de valeur devra se démarquer avec des pitches affinés pour créer un impact significatif, aligné sur les "pains" et besoins clés de vos prospects.

4- **MASTERISER LES KPI CLIENTS ET R.O.I DE VOTRE SOLUTION**

Les budgets sont serrés, la pression est forte. Les Sales devront savoir démontrer le ROI rapide de votre solution pour rassurer les acheteurs avec des indicateurs tangibles et démontrer la valeur de leur investissement.



NOS CONSEILS SALES POUR Y ARRIVER?



3 LEVIERS DES COMMERCIAUX POUR ACCÉLÉRER LE CYCLE DE VENTE !

EN RÉSUMÉ

- 1 Affinez votre qualification : qualifiez, priorisez & sachez refuser un deal !
- 2 Maximisez votre efficacité commerciale avec l'automatisation et une approche data-driven.
- 3 Mettez sur vos partenaires : vente channel, recommandation clients et engagez votre champion !



1

UNE QUALIFICATION BIEN RODÉE

Une équipe bien formée, une maîtrise du pipeline, et un processus de vente affiné sont les piliers de votre vélocité. Concentrez-vous sur la qualité de vos processus de vente - et de qualification - pour construire une machine de vente efficace et efficiente en identifiant les red flags à chaque étape !



DÉFINIR / AJUSTER VOTRE ICP (IDEAL CUSTOMER PROFILE)

#1 DÉFINIR VOTRE IDEAL CUSTOMER PROFILE
pour mieux cibler (critères firmographiques : taille entreprise, secteur, décideurs, besoins...)

#2 DÉFINIR VOS CRITÈRES DE SCORING
pour prioriser vos prospects en début de cycle.



QUALIFICATION DE L'OPPORTUNITÉ

EXEMPLES DE MÉTHODES DE QUALIFICATION

ÉVALUATION DES BESOINS (TECHNIQUE SPIN SELLING)

- 🎯 **SITUATION**
 - Objectifs, KPI, stratégies, processus internes...
- 🎯 **PROBLÈMES**
 - Difficultés identifiées & à mesurer = la "pain" client
- 🎯 **IMPLICATION**
 - Explorer les conséquences de ces problèmes.
- 🎯 **NECESSITÉ DE RÉOLUTION**
 - Evaluer l'impact de votre solution sur leur situation



ANALYSE DES CRITÈRES D'ACHAT (APPROCHE BANT)

- 🎯 **BUDGET**
 - Le prospect a-t-il le budget nécessaire?
- 🎯 **AUTORITÉ**
 - Qui a le pouvoir de décision ? = le decision-maker?
- 🎯 **NECESSITÉ**
 - Quelle est l'urgence du besoin?
- 🎯 **TIMING**
 - Quel est la timeline pour la prise de décision?

EVALUATION APPROFONDIE & ENGAGEMENT DU PROSPECT

- Identification et engagement des **Decision-makers** et du **Champion**.
- **Evaluation de la concurrence** & des alternatives à votre solution
- Evaluer votre **proposition de valeur**, alignée à la pain du prospect :

🚩 **MESURER LES CONSÉQUENCES NÉGATIVES**
si les challenges/pains ne sont pas résolus.



🟢 **MESURER LES IMPLICATIONS POSITIVES**
Bénéfices potentiels si les défis sont surmontés (= ROI de votre solution)

SUIVI CONTINU ET RÉ-ÉVALUATION

RÉAJUSTEMENT DE LA QUALIFICATION
en fonction de nouvelles informations / changements dans la situation du prospect

OPTIMISATION DU PROCESSUS DE QUALIFICATION
Utilisez les données recueillies pour améliorer continuellement votre approche de qualification.

CLIENT

SCORING DES OPPORTUNITÉS



CONSEIL N°2 :

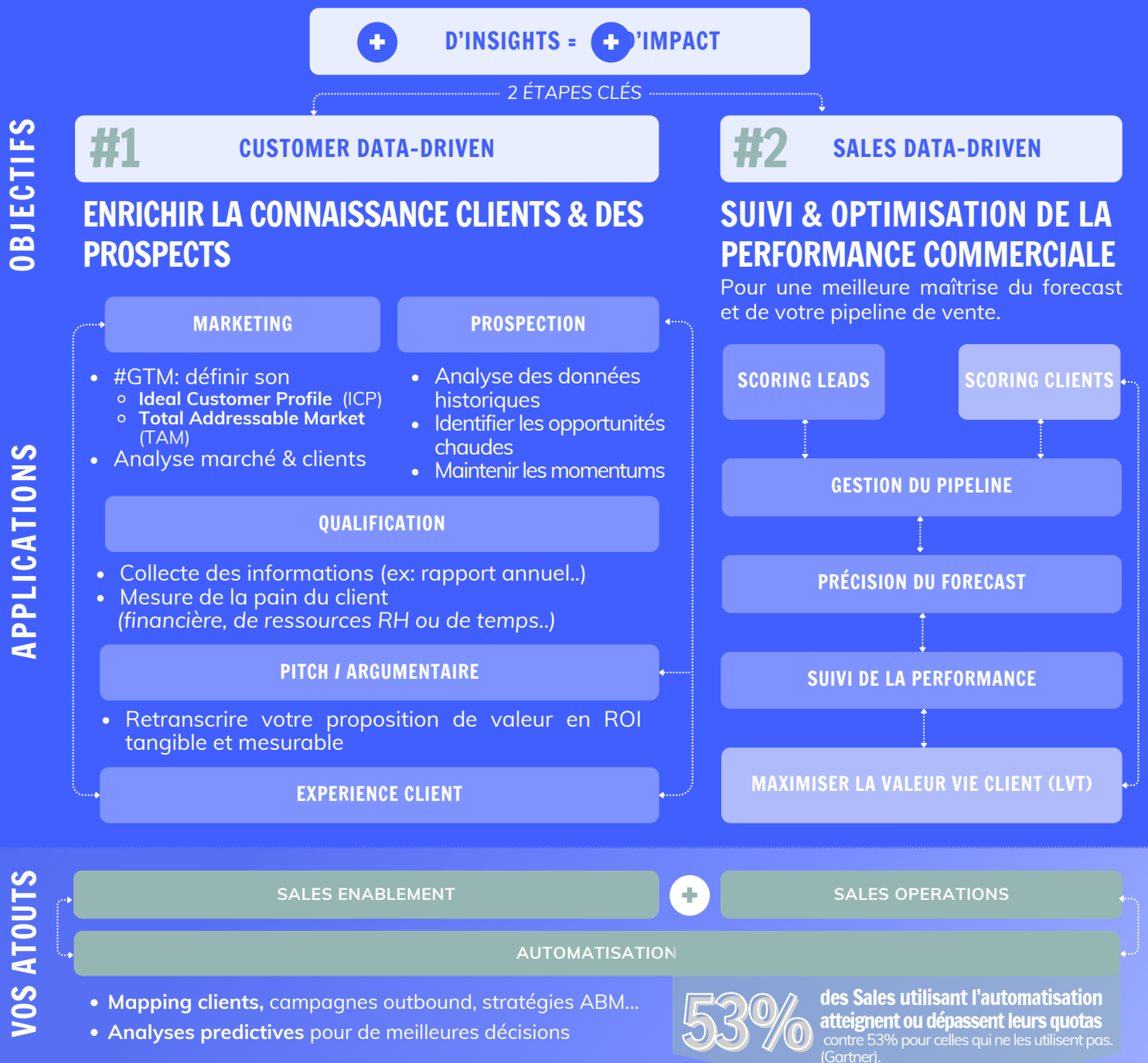
UNE APPROCHE DATA-DRIVEN



2

UNE APPROCHE DATA-DRIVEN

Libérez des ressources et optimisez vos processus de manière plus efficiente en adoptant une approche data-driven, appuyée par l'automatisation sur vos cycles de vente courts. Il guidera vos décisions stratégiques pour accélérer le cycle de vente.



CONSEIL N°3 :
MISEZ SUR LES PARTENAIRES

3

MISEZ SUR LES PARTENARIATS

Construire et cultiver un écosystème de partenaires robuste est un puissant accélérateur pour consolider votre cycle de vente. Que vos partenariats soient formels à travers l'acquisition de leads qualifiés, ou informels via vos Champions internes ou des clients ambassadeurs, ils renforcent votre crédibilité et confiance, tout en soutenant votre croissance commerciale.

#1 APPUYEZ-VOUS SUR VOTRE ÉCOSYSTÈME DE PARTENAIRES



LES DEALS INFLUENCÉS PAR DES PARTENAIRES SONT 53% PLUS SUSCEPTIBLES DE CLOSER. (1)

D'AFFILIATION
(LEADS)

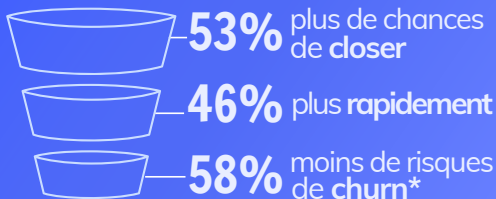


VENTE CHANNEL
(CO-SELLING)



PARTENAIRES
D'INTÉGRATION

LES LEADS ISSUS DE PARTENAIRES ONT



LES CLÉS

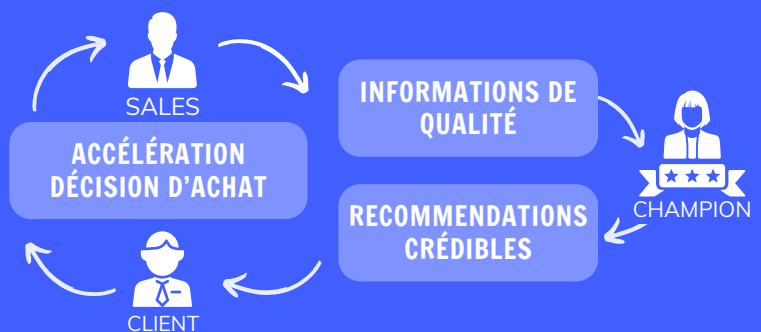
- Identification
- Engagement
- Partage d'information

#2 FAITES DU CHAMPION VOTRE PARTENAIRE STRATÉGIQUE



2,5 FOIS PLUS DE CHANCES DE GAGNER UN DEAL SI VOUS ACTIVEZ UN CHAMPION EN INTERNE. (2)

Votre Champion sera le fervent défenseur de votre solution en interne, chez votre prospect



#3 TRANSFORMEZ VOS CLIENTS EN PARTENAIRES PUISSANTS



+90% DES DÉCISIONS D'ACHAT B2B SONT INFLUENCÉES PAR DES RECOMMANDATIONS DE PAIRS. (3)



Encouragez vos clients satisfaits à laisser un avis et recommander vos solutions.

ECOSYSTEM-LEAD

CLIENT

* Pour les clients adoptant les intégrations partenaires.
Sources (1) - State of the Partner Ecosystem 2023 Report - Crossbeam,
(2) Gartner, 2019 (3) Salesforce "Selling to the modern B2B Buyer"



SUIVEZ TOUTE L'ACTUALITÉ DU MARCHÉ DE LA TECH ET DE L'EMPLOI DES SALES !



Vous souhaitez échanger sur votre carrière ?
Prenez rendez-vous avec nos agents sur
www.rocket4sales.com

