

Les technos ont changé les communications de ventes des PME.



Conférence présentée le 29 avril 2015 au
Mise à jour octobre 2016



**Cercle des Experts en
Commerce International**

Louis Bergeron

Associé principal

proconseils.ca

COMMUNIQUEZ POUR DÉVELOPPER

DEVELOP WITH COMMUNICATIONS

UNE DIVISION DE GESTION TATSU INC.



L'utilisation abondante et intelligente du Web (*High Web*) fait grandir la PME plus rapidement.

En moyenne de 10% sur trois ans, selon le pays.

Source: Boston Consulting Group, *The Internet Economy in the G-20 – The \$4.2 Trillion Growth Opportunity*, March 2012 Study of 4,700 SMEs.



2016...Le B2B





La Technologie a changé les processus de ventes et les relations en B2B (pour toujours)



2005-2016

Grosse

Décennie!

La technologie est partout.

Les acheteurs (vos clients) ont
changé.

Les méthodes de vente en
B2B ont change.



Les nouveaux acheteurs en B2B

Cette génération, celle du Millénaire (Millenia), ne ressemble à aucune autre qui l'a précédée .

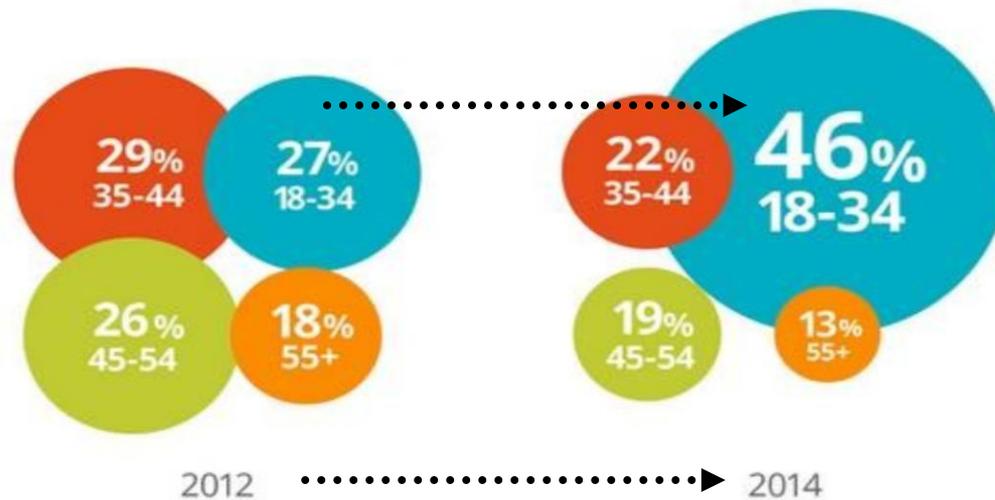


Ils sont Internet haute vitesse, de *ChromeBook*[™], iPhone [™] iPad [™] et de “tout-en-ligne”, de Cloud, SaaS, Apps, etc.



C'est à leur tour d'agir en B2B

Shift in B2B Researcher Demographic

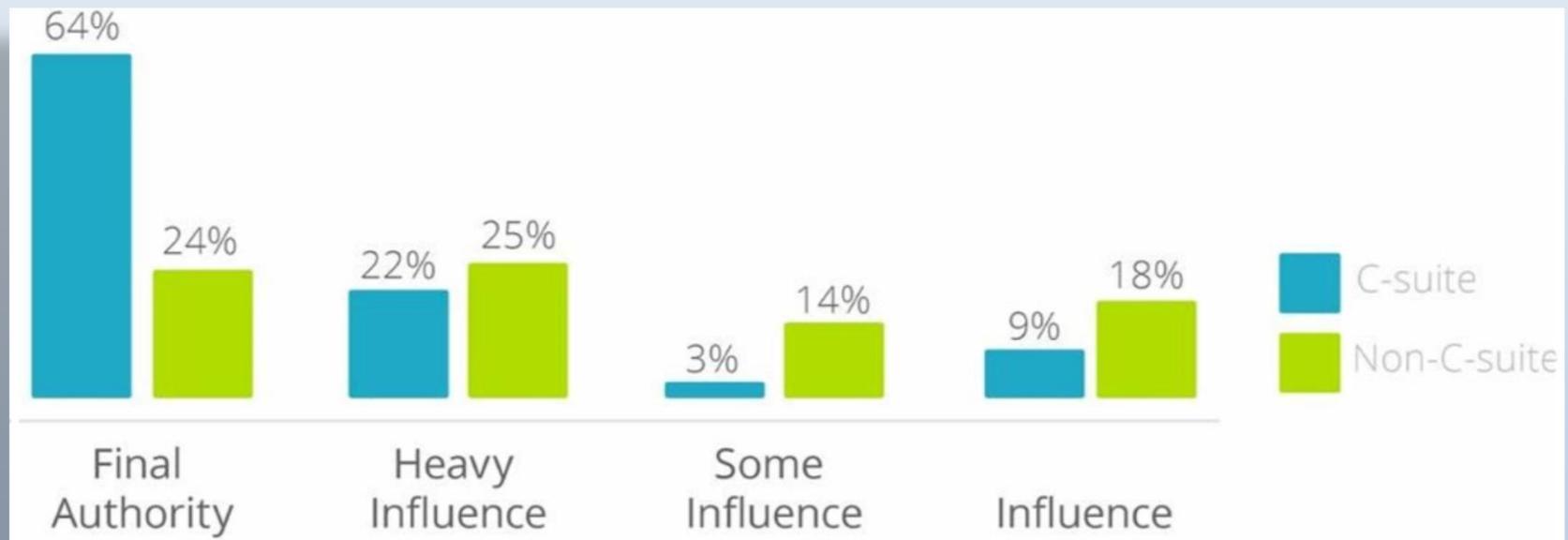


Google/Millward Brown Digital, B2B Path to Purchase Study, 2014.



L'importance des nouveaux acheteurs B2B

Les Non-*C-suite* ont de l'influence dans tout le processus





Psychologie de l'acheteur : émulation des comportements personnels

Le Nouvel Acheteur B2B...pratiquement du B2C

- Environnement de réseau omniprésent- tout branché.
- Valeur : partage des informations - non l'accumulation.
- Haut degré de personnalisation du message reçu.
- L'acheteur veut parler de ses problèmes et comprendre les solutions.
- Collaboration en réseau avec les fournisseurs et partenaires.



Émulation des comportements personnels

Le *e-B2B* maintenant du *e-B2C* : *mobile*

91% growth in B2B researchers
using smartphones throughout
the path to purchase





Les technos: partout, pour tout.



La techno en B2B: doit-on tout utiliser?

- Génération de la demande: Inbound Marketing
- Automatisation des communications marketing
- Marketing de contenu par le Web
- Vidéo en ligne et en push
- Médias Sociaux
- E-Training et Support des fournisseurs et clients
- E-commerce
- Multicanal
- Search Engine Marketing (SEO)- Engin de recherche
- email Marketing
- Publicité sur Internet
- WebAnalytics
- Marketing Mobile
- Etc...



Comment la PME voit cela ?

(généralement)



L'adoption des technos pour se développer est un projet d'envergure.

- J'ai des vendeurs, ce sont eux qui développent.
- Trop de data à analyser.
- La résistance à l'interne.
- Le manque de compétences internes.
- Manque de temps.
- Méconnaissance des avantages.
- Manque de ressources financières.
- Manque de support et d'engagement de la haute direction.
- Manque de planification de la stratégie.
- Manque de vision long terme.
- En transition générationnelle et peu intéressée à développer.



Pourtant, les PME exportatrices du Québec doivent communiquer pour se faire connaître, apprécier et vendre *





Les outils du Web pour faire des affaires permettent de grandir (plus rapidement).



Ça vaut la peine la techno?

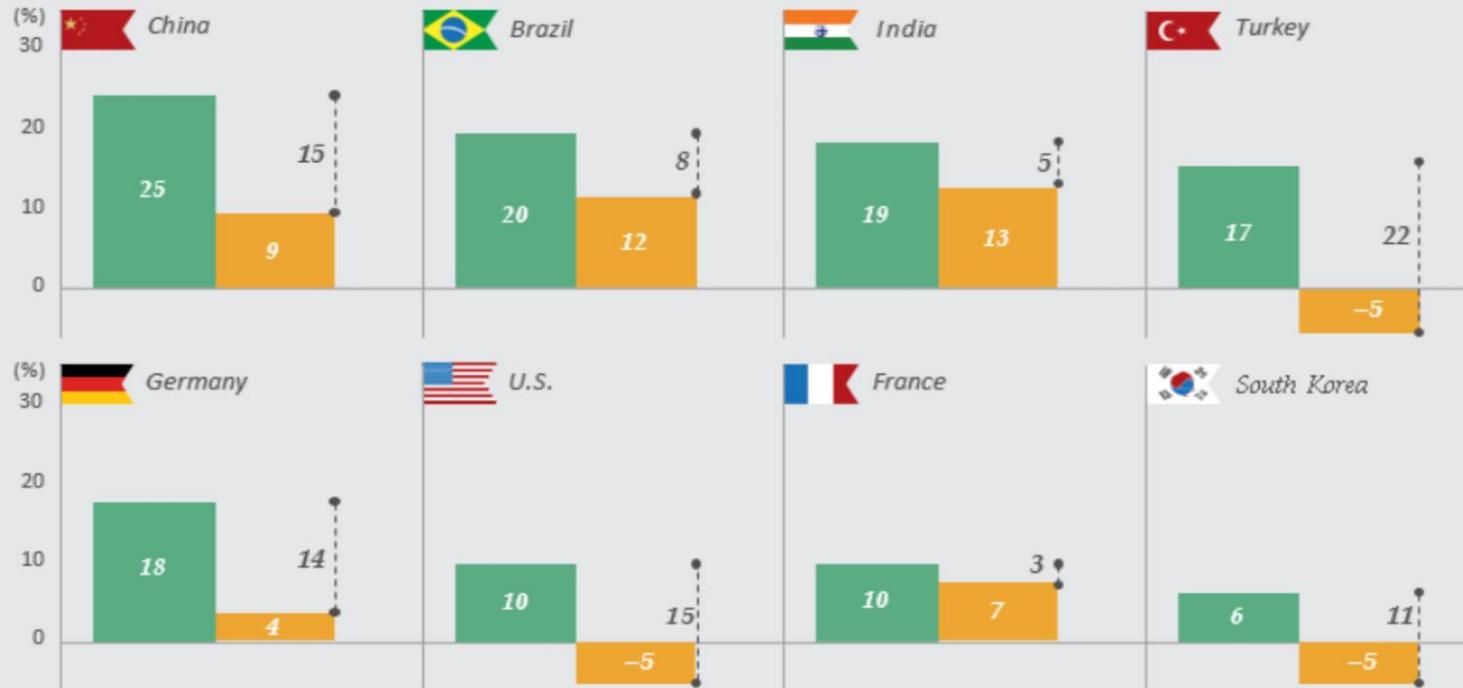
Les PME qui utilisent beaucoup les outils du Web grandissent plus vite

Source: Boston Consulting Group, *The Internet Economy in the G-20 – The \$4.2 Trillion Growth Opportunity*, March 2012 Study of 4,700 SMEs.

Exhibit 9 | SMEs That Make Extensive Use of the Web Grow Faster

Moyenne de 10% en croissance sur trois ans.

Historical three-year sales growth



High-Web SMEs¹ Low-Web and No-Web SMEs¹



Ça vaut la peine la techno – 2 ?

Les PME qui utilisent beaucoup les outils du Web grandissent plus vite

Les entreprises «**High-Web**» utilisent une vaste gamme d'outils Internet

- pour développer les clients et marchés,
- vendre,
- supporter les clients,
- interagir avec les fournisseurs,
- impliquer et responsabiliser les employés,
- et autres.

Source: Boston Consulting Group, *The Internet Economy in the G-20 – The \$4.2 Trillion Growth Opportunity*, March 2012 Étude auprès de 4,700 PME.

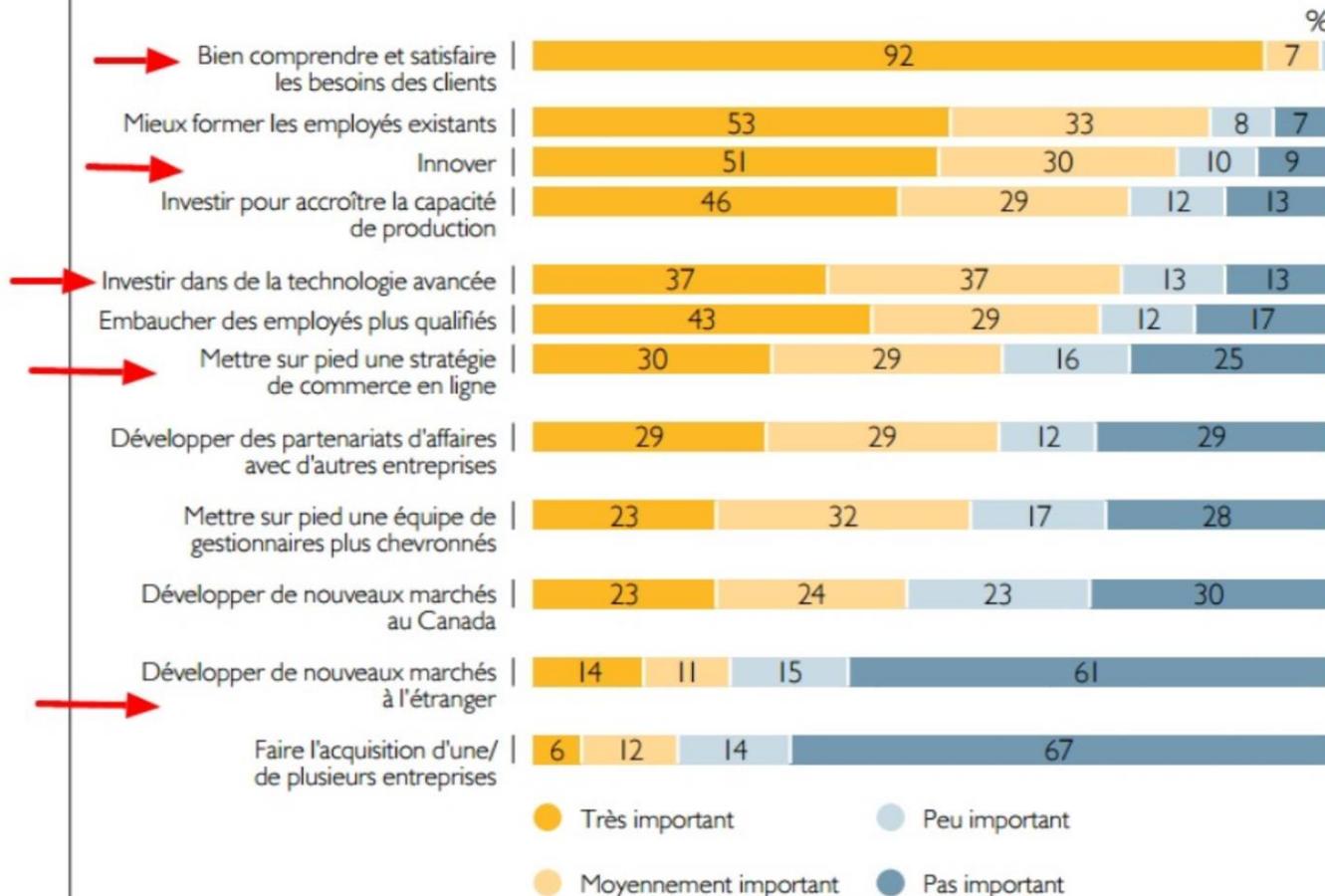


Comment la technologie peut-elle servir?

ÉTUDE BDC- LES PME ET LA CROISSANCE : DÉFIS ET STRATÉGIES GAGNANTES 2015



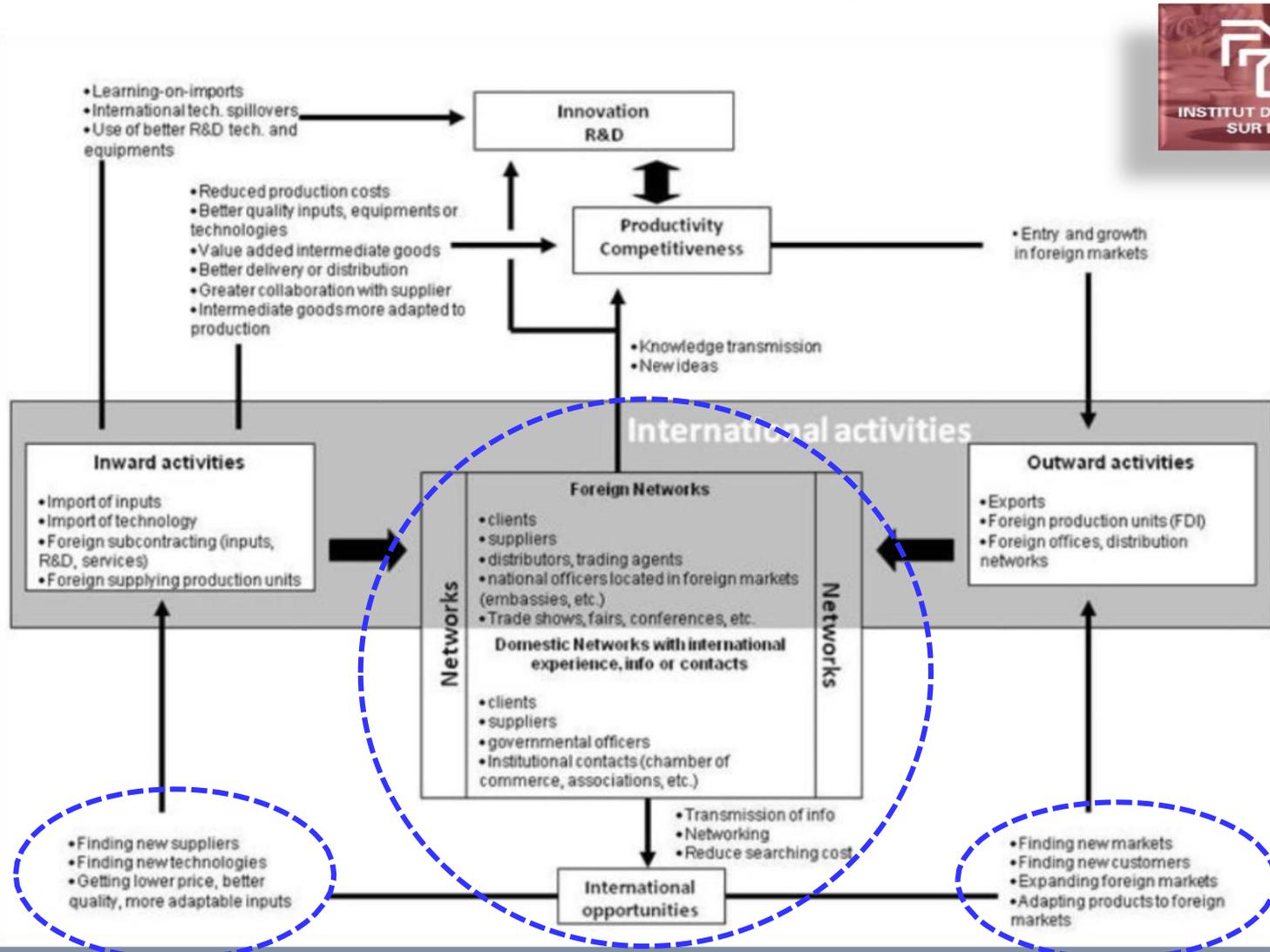
Diagramme 7 : Les stratégies de croissance gagnantes selon les PME canadiennes





Activités à l'exportation qui peuvent profiter de e-Communications

FIGURE 1 : UNE VUE DÉTAILLÉE DES ACTIVITÉS INTERNATIONALES DES ENTREPRISES





2005-2016

Grosse

Décennie!

Que faire pour s'adapter?

Combien ça coûte ?

Qui peut aider au changement?



Que faire?

- Croire aux possibilités offertes par les technos.
- Investir pour un départ .
- Débuter avec les actions simples (site web vivant, clair et informatif et à jour, recherche des marchés par Internet entre autres (BI), liste à jour (clients, prospects, infos,), outils de contact et suivi, ...
- Tester les réactions à vos actions et s'ajuster: ca veut dire quoi ces résultats ?
- Faire le suivi rapidement sur les actions, autant que sur les réponses reçues.
- Investir progressivement.



Comment, combien?

- Le faire à l'interne seul : équipe aux technologies et Web (est-ce vraiment votre expertise, votre mission...)
- Le faire à l'interne, supportés par des conseillers externes
- Déléguer tout – *out sourcing* – 700\$ - 5,000\$ par mois +
(Chiffres estimés selon les marchés, peut varier)



«... il est important que les entreprises continuent leurs efforts afin de diversifier leurs carnets de commandes, *notamment en profitant du faible coût des nouvelles technologies (des communications) pour leur promotion et pour renforcer leur commercialisation sur de nouveaux marchés.*»

Baromètre industriel québécois
Un portrait inédit du secteur manufacturier
du Québec 5e édition





Ana Mejia, MBA

Directrice et Commissaire à l'International au DEL- Développement économique Longueuil



*«Nous devons nous mettre à l'heure
des technologies.»*



COMMUNIQUEZ
ET DÉVELOPPEZ
COMMUNICATE
AND DEVELOP

CONTACT

LES AFFAIRES

Le succès arrive avec la Communication.

Quand « Ils » vous connaissent et vous apprécient, vous êtes en meilleure position. C'est la Relation.

Les Communications d'Affaires c'est la poignée de main, et aussi le numérique et le mobile. Pour le coin de la rue, ou à l'autre bout du Monde.



Questions et
discussion.



Merci.

Louis Bergeron

Associé principal

proconseils.ca

COMMUNIQUEZ POUR DÉVELOPPER

DEVELOP WITH COMMUNICATIONS

UNE DIVISION DE GESTION TATSU INC.