

# Rapport sur l'état du travail <sup>2023</sup>

## Tendances commerciales



# Table des matières

<b>Introduction</b>	<b>3</b>
<b>Méthodologie</b>	<b>4</b>
<b>Les responsables commerciaux doivent repenser leurs indicateurs de productivité</b>	<b>5</b>
<b>Les entreprises commerciales sont celles qui bénéficieraient le plus de l'automatisation et de l'IA</b>	<b>7</b>
<b>Booster la productivité commerciale en améliorant l'expérience collaborateur</b>	<b>10</b>
<b>À retenir</b>	<b>14</b>
<b>Slack peut vous aider</b>	<b>15</b>



# Introduction

Le monde du travail a connu des bouleversements majeurs ces dernières années. En 2019, année de publication de notre [dernier rapport sur l'état du travail](#), le plus grand défi que rencontraient les équipes commerciales était le manque de coordination. Aujourd'hui, la situation est bien différente : la crise sanitaire a profondément changé la façon dont nous travaillons, et le ralentissement économique nous oblige tous à améliorer nos performances avec de moins en moins de ressources.

Les équipes commerciales sont les plus touchées par ces contraintes. Face à cette situation macroéconomique défavorable, les clients réduisent leurs dépenses et questionnent longuement chacune d'entre elles, augmentant la pression sur les entreprises qui leur vendent des produits et services.

[Notre rapport de 2023 sur l'état du travail](#) analyse comment les équipes commerciales peuvent stimuler la productivité dans l'environnement instable actuel. Nous avons découvert que la plupart des équipes commerciales passent à côté de méthodes de travail plus progressives et plus efficaces. En effet, elles n'exploitent pas le potentiel de l'automatisation et de l'intelligence artificielle pour transformer leurs activités. Il est temps de remédier à cela.

## Mesures prises au cours des 6 derniers mois en raison du ralentissement économique



# Méthodologie

Slack, une entreprise appartenant à Salesforce, a organisé ce sondage mondial en partenariat avec la société de gestion d'expérience Qualtrics entre le 24 février et le 21 mars 2023. Au total, 2 216 cadres et employés de bureau ont été interrogés, travaillant dans divers secteurs et dans les pays suivants : États-Unis, Australie, France, Allemagne, Royaume-Uni, Inde, Singapour, Japon et Corée du Sud. Les groupes interrogés se composaient de salariés en présentiel, en télétravail et en mode hybride. Aucun collaborateur ni client de Slack n'a répondu à l'enquête.

Dans ce rapport, nous faisons référence aux catégories de personnes interrogées suivantes :

**Cadres et dirigeants** : présidents, partenaires, hauts dirigeants

**Directeurs** : managers, des responsables d'équipe aux vice-présidents

**Collaborateurs** : contributeurs indépendants

Les questions de l'enquête ont été établies de manière à recueillir les données les plus diverses possible, notamment les défis auxquels font face les équipes commerciales, leurs indicateurs de productivité, leur usage des technologies d'automatisation et de l'IA, et leur opinion sur l'expérience et le bien-être des collaborateurs.



# Les responsables commerciaux doivent repenser leurs indicateurs de productivité

C'est bien connu : dans le secteur commercial, la productivité et les performances dépendent du nombre de ventes réalisées. Mais quels sont les chiffres à prendre en compte ? Les responsables commerciaux et leurs collaborateurs ne sont pas d'accord sur la meilleure manière de mesurer la productivité.

D'après les résultats de l'enquête, 26 % des responsables commerciaux s'appuient principalement sur des indicateurs de visibilité tels que les heures passées au bureau ou en ligne, le nombre d'e-mails envoyés et de lignes de code écrites. Cependant, 27 % des commerciaux souhaitent voir leurs performances mesurées en fonction des KPI et des objectifs atteints par l'équipe.

Ce décalage entre les préférences d'évaluation de chacun a débouché sur une augmentation du phénomène dit de « théâtre de productivité ». Les commerciaux passent ainsi en moyenne 31 % de leurs heures de travail à faire semblant d'être productifs sans forcément contribuer à la réalisation des objectifs de leur équipe ou de leur entreprise. Résultat : une multiplication des cas de burn-out et une baisse de la productivité réelle.

La pression exercée sur les salariés pour paraître constamment en plein travail ajoute au problème : nous avons eu l'immense surprise de constater que 55 % d'entre eux se sentent obligés de répondre rapidement aux messages, même s'ils sont envoyés hors des horaires de travail. De la même manière, 46 % des commerciaux ressentent le besoin de prouver leur productivité à leurs collègues et à leurs managers.

Dans notre contexte économique instable, il est fondamental de pouvoir évaluer correctement la productivité. Le principal obstacle auquel se confrontent les entreprises est de trouver le juste équilibre entre les contributions et les résultats.



« N'importe qui peut manipuler un indicateur unique, donc il faut tenir compte de plusieurs indicateurs avancés et retardés. Les indicateurs retardés sont les faits passés, et ne sont pas vraiment utiles à eux seuls. En revanche, les indicateurs avancés permettent d'obtenir une vue proactive de la vitesse et des progrès de l'entreprise. »



**Prashanth Chandrasekar**  
PDG de Stack Overflow

Les responsables commerciaux doivent repenser leur perspective sur les indicateurs de productivité. Une vue plus équilibrée et plus complète de la productivité, qui tient compte des contributions (comme les heures travaillées) et des résultats (comme les objectifs atteints), pourrait être la solution pour développer un environnement de travail plus productif et moins stressant.



# Les entreprises commerciales sont celles qui bénéficieraient le plus de l'automatisation et de l'IA

Dans l'environnement commercial actuel, de nombreuses tâches du quotidien sont répétitives et administratives. Même si elles sont nécessaires, ces tâches peuvent accaparer l'emploi du temps des commerciaux, un temps qui serait mieux mis à profit en développant la relation client ou en déployant des initiatives stratégiques. C'est précisément sur ces points que l'automatisation et l'IA peuvent vous aider.

Actuellement, seuls 36 % des commerciaux ont recours à des processus automatisés, soit le pourcentage le plus bas parmi les équipes de l'entreprise. Les professionnels qui ont adopté la technologie d'automatisation constatent pourtant des améliorations évidentes : 84 % d'entre eux déclarent que l'automatisation a amélioré leur productivité.



**Les commerciaux qui ont recours à des processus automatisés gagnent en moyenne 3,4 heures par semaine. Impressionnant, n'est-ce pas ?**

Il s'agit quasiment d'une demi-journée de travail qui pourrait être consacrée à des tâches plus stratégiques. Vous pourriez aussi en profiter pour partir un peu plus tôt en week-end !





## Signez des contrats plus rapidement avec Slack et Sales Cloud

La pression qui pèse sur les épaules des équipes commerciales pour générer davantage de revenus tout en répondant aux attentes élevées des clients ne fait que grandir. Cependant, ces équipes sont souvent ralenties par des tâches sans lien avec ces objectifs, par exemple obtenir des approbations, rechercher des experts internes et passer d'une application à l'autre. Le [rapport sur l'état du travail](#) de Salesforce dévoile que les commerciaux consacrent aujourd'hui plus de 70 % de leur temps à des tâches non commerciales.

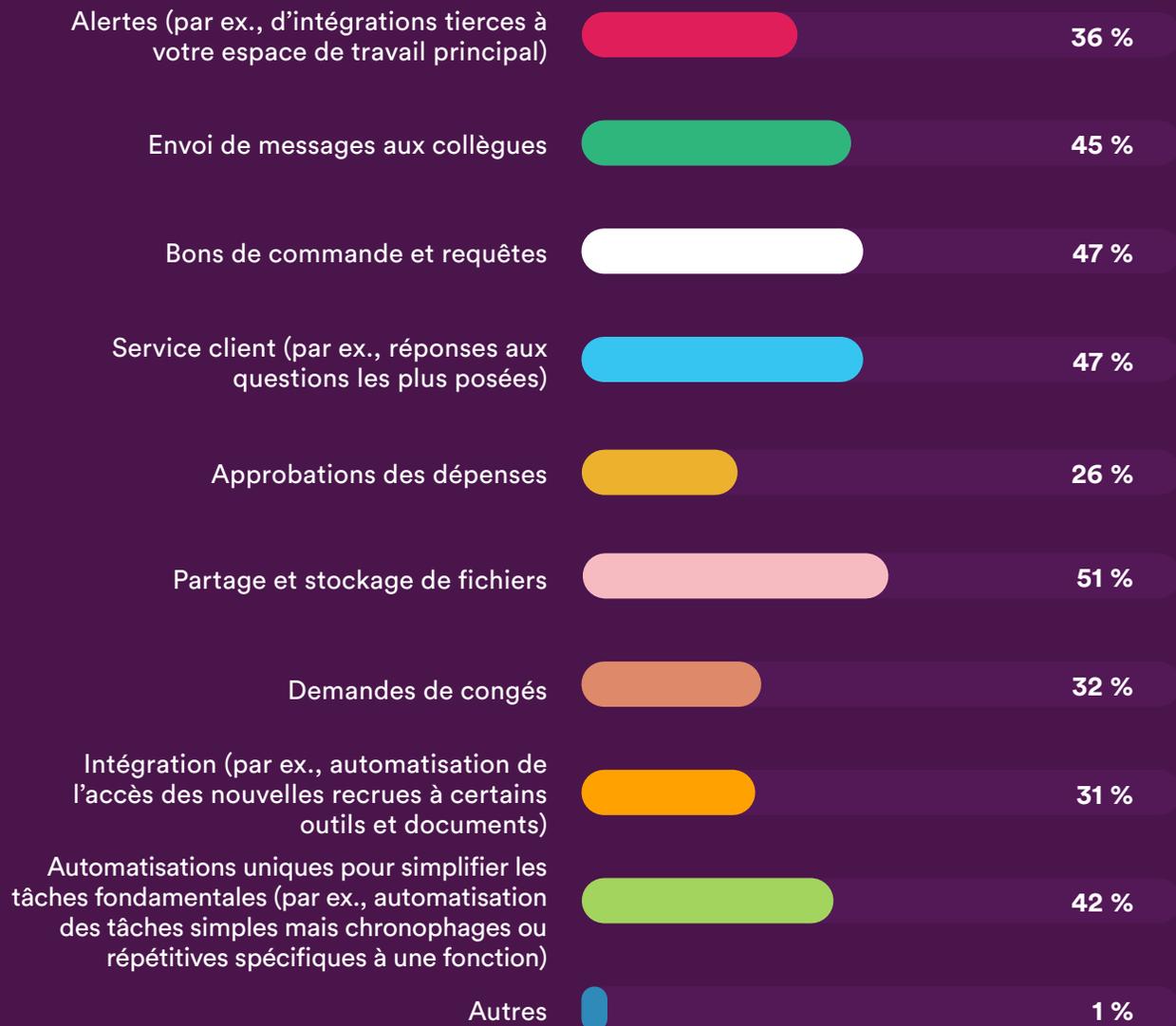
L'automatisation et l'intégration peuvent remédier à cela : [Slack Sales Elevate](#), une nouvelle solution conçue sur notre plateforme nouvelle génération, fournit des données de gestion de la relation client en temps réel obtenues grâce à Sales Cloud directement sur Slack. Les équipes commerciales bénéficient ainsi d'un accès rapide aux personnes, aux équipes et aux données adéquates pour se concentrer sur les missions les plus importantes : aider les clients et signer des contrats.

Les avantages de l'automatisation ne se limitent pas aux heures gagnées. La majorité (63 %) des commerciaux affirment que pour eux, le principal avantage de l'automatisation réside dans sa capacité à les aider à en faire plus, en moins de temps et avec moins de ressources. Cette efficacité accrue est vitale lorsque l'on sait que de nombreuses entreprises doivent fonctionner avec des coupes budgétaires et des exigences de performances écrasantes.

Et pourtant, seuls 21 % des commerciaux ont intégré la technologie de l'IA à leurs flux de travail, soit le pourcentage le plus bas parmi les équipes de l'entreprise. L'IA est capable de bouleverser encore plus profondément le secteur commercial grâce à des outils comme l'analyse prédictive, l'identification des prospects et la personnalisation des interactions avec les clients. En tirant parti de l'IA dans le cadre de leurs activités, les équipes commerciales améliorent leur efficacité et l'expérience de leurs clients.



## Principaux processus commerciaux automatisés



SOURCE : SALARIÉS DU SECTEUR COMMERCIAL

# Booster la productivité commerciale en améliorant l'expérience collaborateur

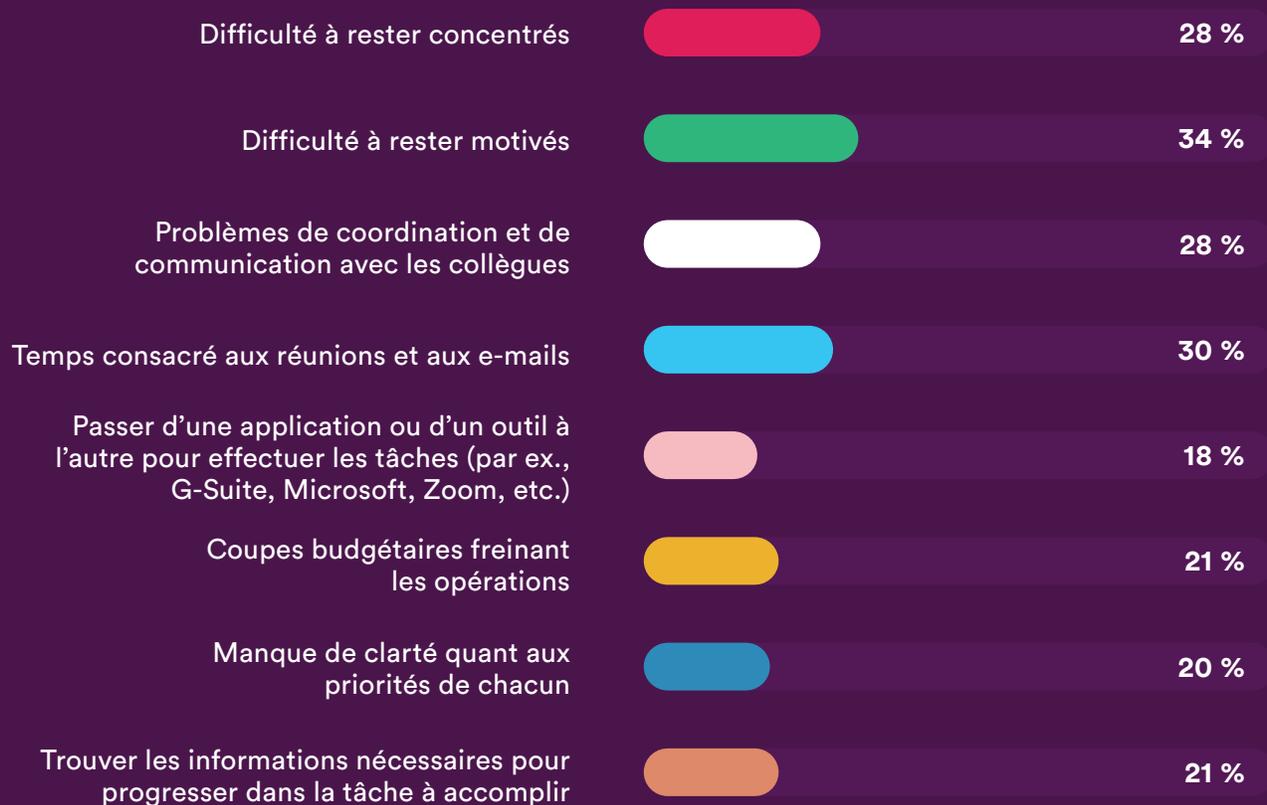
Notre enquête a également démontré que la productivité et le bien-être ne sont pas incompatibles : la satisfaction au travail, l'implication et le bien être psychologique sont les principales composantes d'une productivité optimale. Pour être efficaces, les salariés doivent se sentir bien.

D'après les résultats de notre enquête, 83 % des commerciaux déclarent que se sentir heureux et impliqués dans la vie de leur entreprise améliorerait leur productivité, un chiffre saisissant. De la même manière, 34 % des commerciaux affirment que **la perte de motivation** était le plus grand frein à leur productivité.

Pour 30 % des personnes interrogées, les réunions trop longues et les e-mails trop nombreux sont deux autres obstacles importants à la productivité, et 42 % d'entre eux pensent d'ailleurs que les réunions auxquelles ils participent sont totalement superflues. Ces réunions devraient donc être repensées pour être plus efficaces, par exemple en encourageant l'adoption d'un mode de travail asynchrone et en réfléchissant plus attentivement à leur planification.



## Les principaux freins à la productivité des commerciaux



Améliorer le bien-être et la satisfaction au travail ne se résume pas à proposer plus d'avantages ; il s'agit aussi d'offrir aux collaborateurs une meilleure flexibilité quant à leur emploi du temps et leurs méthodes de travail. Un pourcentage non négligeable de salariés (41 %) déclarent se sentir plus productifs lorsqu'ils ont la possibilité de travailler aux heures qu'ils ont eux-mêmes choisis. Plus de la moitié des salariés indiquent d'ailleurs que la manière la plus efficace pour les employeurs d'améliorer la productivité de leurs équipes est de faire preuve de flexibilité quant aux horaires de travail.

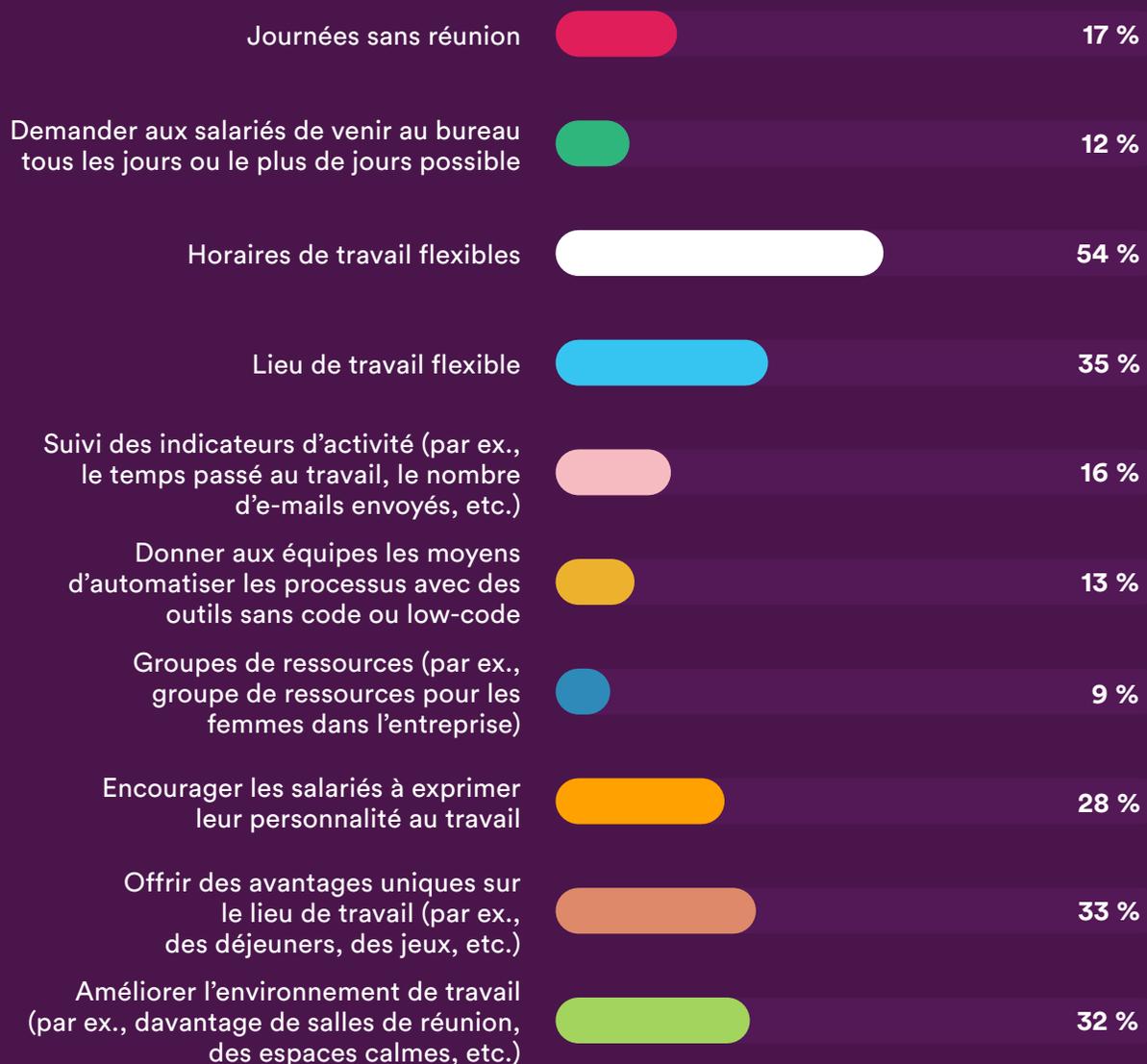
La mise en place d'horaires de travail flexibles demande une planification attentive. Certaines activités sont plus productives en présentiel ; ainsi, 45 % des commerciaux affirment se sentir plus productifs lors des sessions de réflexion en équipe au bureau par rapport aux mêmes sessions en ligne, et 40 % d'entre eux pensent que la prise de décision au bureau est plus efficace qu'en télétravail. En outre, 46 % des salariés se sentent plus proches de leurs collègues au bureau, et 39 % d'entre eux trouvent qu'il est plus facile d'avoir des discussions rapides sur le lieu de travail que via un système de conversation en ligne.

D'un autre côté, les salariés pensent que les activités exigeant une grande concentration (38 %), les réunions (25 %) et les tâches superficielles (20 %) sont accomplies plus efficacement à distance.

Fait intéressant, 74 % des actifs déclarent être plus productifs lorsque leur équipe directe se trouve au bureau en même temps qu'eux. Pour améliorer l'expérience des collaborateurs, les entreprises pourraient tester différents concepts comme des jours en présentiel fixes, des modèles de travail hybrides, des journées sans aucune réunion et des processus de travail asynchrones.



## Comment les responsables commerciaux peuvent stimuler au maximum la productivité



SOURCE : SALARIÉS DU SERVICE INFORMATIQUE

# À retenir

Il est évident que l'approche classique de la productivité commerciale ne fonctionne plus de manière optimale. Repenser les indicateurs de productivité, adopter les technologies d'automatisation et d'IA et offrir une meilleure expérience professionnelle aux collaborateurs sont autant de moyens pour les entreprises commerciales de stimuler les performances.

## L'avenir de la productivité commerciale repose sur trois aspects fondamentaux :

- **Les responsables commerciaux doivent se concentrer sur les contributions aussi bien que sur les résultats.** Cela signifie tenir compte des ressources et des efforts déployés pour conclure une vente, en plus du résultat final. Il faut considérer le processus dans son ensemble et reconnaître la valeur que chaque étape apporte au résultat final.
- **Être à jour sur le plan technologique est indispensable.** Les responsables commerciaux doivent dès maintenant adopter des flux de travail automatisés et commencer à explorer des moyens d'utiliser l'IA générative. L'automatisation peut rationaliser les processus, réduire les erreurs et libérer un temps précieux que les équipes commerciales peuvent consacrer à des tâches plus stratégiques. L'intelligence artificielle, quant à elle, présente des possibilités intéressantes d'analyse prédictive des données, de personnalisation des interactions avec les clients, et plus encore.
- **Trouver le bon équilibre entre les horaires de travail flexibles et les heures passées au bureau nécessite d'être inventif.** Les collaborateurs font aujourd'hui la part belle à la flexibilité, et certaines tâches sont plus productives lorsqu'elles sont exécutées au bureau alors que d'autres sont mieux adaptées au télétravail.

En conclusion, stimuler la productivité commerciale consiste avant tout à s'ouvrir au changement et être prêt à s'y adapter. Les avantages potentiels en termes d'augmentation de la productivité, de la satisfaction au travail et des performances globales de l'entreprise sont tout simplement trop importants pour être négligés.



# Slack peut vous aider

En tant que responsable commercial, vous n'avez pas à anticiper l'avenir tout seul. **Slack pour les ventes** est une plateforme de productivité puissante qui vous aide à libérer tout le potentiel de votre équipe commerciale de trois façons clés :

- **Automatiser les tâches administratives pour se concentrer sur les ventes.** Simplifiez et automatisez les tâches administratives répétitives grâce à des flux de travail sans code ou des applications client rapides. Laissez aux commerciaux davantage de temps pour gagner des contrats et servir les clients en adaptant les processus commerciaux courants comme les approbations. Intégrez vos outils commerciaux favoris afin de réduire le temps perdu à passer d'une application à une autre.
- **Signer plus de contrats en équipe.** Signez plus de contrats, plus rapidement en rassemblant les représentants commerciaux et les partenaires transverses en un seul endroit : **les canaux Slack**. Complétez votre Slack avec **Sales Cloud** et intégrez vos outils commerciaux favoris pour centraliser les processus les plus importants.
- **Se rapprocher des clients pour réussir.** Développez vos comptes et fidélisez les clients en les rapprochant des commerciaux dans les canaux **Slack Connect**. Les équipes peuvent y développer des relations plus solides et plus directes, fournir plus rapidement un service de qualité au client et réagir en temps réel sur les opportunités de développement.

En savoir plus à propos de **Slack pour les ventes** ou **contacter notre équipe commerciale** pour obtenir davantage d'informations.



## À propos de Slack

Slack a pour mission d'offrir une méthode de travail plus simple, plus agréable et plus productive. Sa plateforme de productivité pour les entreprises améliore les performances en proposant à tous une automatisation sans code. La recherche ainsi que le partage de connaissances sont alors simplifiés, et les équipes restent connectées et impliquées tout au long de leur travail. S'inscrivant dans le cadre de Salesforce, Slack fait partie intégrante de Salesforce Customer 360, ce qui dynamise la productivité pour les équipes commerciales, du service client et marketing. Pour en savoir plus et découvrir Slack gratuitement, rendez-vous sur [slack.com/intl/fr-fr/](https://slack.com/intl/fr-fr/) ou sollicitez-nous à [@SlackHQ](https://twitter.com/SlackHQ).



Les informations qui précèdent ne sont présentées qu'à titre indicatif. Elles ne sauraient en aucun cas constituer un engagement de notre part. Merci de ne pas vous baser sur ces informations pour prendre des décisions d'achat. Le développement, la mise à disposition et le calendrier des produits, des fonctions et des fonctionnalités restent à la seule discrétion de Slack et peuvent faire l'objet de modifications.