

Les QBR disparaissent ...

Les Channel Account Managers ont besoin d'informations continues

Un article du BLOG de Qollabi [QBRs Are Dying](#) adapté et traduit de l'anglais par Jean-Claude Ricard, Consultant associé chez Alliances & Channels Consulting.



Les [Channel Account Managers](#) et d'autres responsables commerciaux s'appuient depuis longtemps sur les revues d'activité trimestrielles (QBR) pour évaluer les résultats commerciaux et identifier les opportunités d'amélioration. Mais les QBR s'éteignent. Ils sont toujours utilisés, mais ils sont à bout de souffle.

Dans le monde connecté et trépidant d'aujourd'hui, les QBR ont à peu près autant de sens que de compter sur des dîners pour entendre les dernières nouveautés de la vie de vos amis.

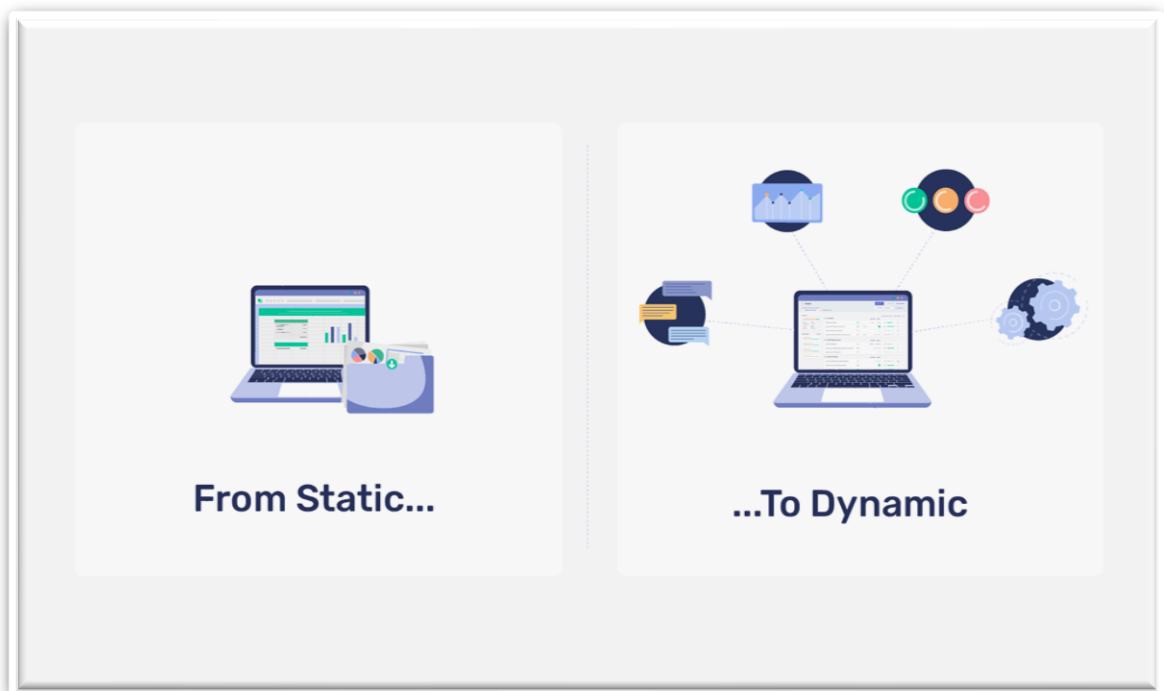
Au lieu de cela, vous entendez souvent parler de lunes de miel, de naissances, de promotions d'emploi, etc., presque en temps réel via les réseaux sociaux et les SMS. Lorsque vous avez des rencontres en personne, vous pouvez parler du présent, de vos projets futurs ou de tout ce que vous voulez, plutôt que de récapituler le passé.

Une logique similaire s'applique aux QBR, sauf que les enjeux sont encore plus élevés. Si vous manquez une photo de vacances que votre ami a publiée sur les réseaux sociaux, ce n'est pas la fin du monde pour rattraper le retard plus tard.

Mais dans le monde des affaires, si vous regardez toujours le dernier trimestre et que vous ne savez pas ce qui se passe actuellement avec vos partenaires et vos principaux comptes, vous risquez de passer à côté d'opportunités de croissance.

De plus, comme nous l'explorerons plus en détail dans cet article, les QBR prennent trop de temps pour avoir un sens dans le monde d'aujourd'hui en évolution rapide.

Les Channel Account Managers ou les Customer Success Managers devraient utiliser leurs compétences pour établir des relations et augmenter les ventes, et non pour créer des présentations PowerPoint. C'est pourquoi les outils de collaboration dynamiques remplaceront les QBR statiques.



Pourquoi les QBR disparaissent-ils ?

Comme mentionné ci-dessus, les QBR freinent les entreprises. Les outils modernes permettent des mises à jour continues en temps réel, et il n'est plus logique d'examiner les résultats de l'entreprise sur une base trimestrielle.

Vous n'enverriez pas une lettre à un collègue dans une autre ville pour lui poser une question par oui ou par non ; vous pouvez simplement leur envoyer un message Slack et obtenir une réponse presque immédiate. De même, les QBR ignorent l'innovation qui permet une communication collaborative et continue.

Plus précisément, les QBR ont [trois problèmes principaux](#) qui conduisent à leur disparition :

1. Les QBR ne regardent qu'en arrière

Si vous voulez savoir ce qui s'est passé au dernier trimestre, un QBR pourrait vous le dire. Mais alors quoi ? Êtes-vous censé construire votre plan pour le prochain trimestre en vous basant uniquement sur les informations précédentes ?

Imaginez que vous vous appuyiez sur un [business plan](#) basé uniquement sur ce qui s'est passé au quatrième trimestre 2019, plutôt que de vous adapter à mesure que la pandémie de Covid se propageait davantage au premier trimestre 2020.

Les [Channel Partners](#) et les plans de grands comptes devraient être en mesure de s'adapter aux nouvelles circonstances à mesure qu'elles surviennent et, idéalement, d'anticiper ce qui nous attend.

Si vous obtenez de nouvelles informations aujourd'hui, comme l'augmentation des taux d'intérêt de la Banque Centrale, vous pourriez décider d'ajuster de manière proactive vos business plans en fonction de ce que vous pensez que des coûts d'emprunt plus élevés signifieront pour vos clients (ou quelle que soit la situation). Vos yeux doivent être tournés vers l'avant la plupart du temps, et non collés au rétroviseur.

2. Les QBR fournissent des informations limitées sur le ROI aux Channels Managers

Si vous investissez dans la croissance des ventes de votre réseau, vous voulez savoir si c'est une bonne utilisation de l'argent. Mais les QBR fournissent des informations limitées sur votre retour sur investissement (ROI) en raison de leur nature statique et rétrospective.

Pour trouver votre retour sur investissement, vous avez besoin des bonnes données, y compris les dépenses et les ventes de votre partenaire. Pourtant, ces données peuvent être dissimulées dans des systèmes disparates comme vos outils de [customer relationship management \(CRM\)](#) ou de [business intelligence \(BI\)](#), et il est difficile de tout aligner pour déterminer l'efficacité de vos dépenses.

Et il ne s'agit pas seulement de l'argent que vous dépensez. Vous avez souvent besoin des données de ces autres outils pour déterminer le retour sur investissement de vos employés et partenaires qui consacrent du temps à différentes initiatives, alors que d'autres actions pourraient être plus lucratives.

Même si vous êtes en mesure de rassembler toutes ces données manuellement dans un QBR, cela prend beaucoup de temps et d'efforts, et cela ne vous dit que ce qui s'est passé dans le passé, pas le présent.

Mark Uppelschoten, Channel Sales Manager chez [OneIdentity](#), a déclaré à Qollabi qu'il devait passer une demi-journée au téléphone avec un Channel Sales Manager juste pour comprendre ce qui se passait avec un compte. Imaginez maintenant essayer de déterminer si vos ressources sont utilisées à bon escient dans avec vos comptes.

3. Les QBR sont trop gourmands en ressources

Les QBR demandent trop d'efforts pour être assemblés pour en valoir la peine. Non seulement il est frustrant de passer du temps à rechercher des mises à jour et difficile de tout rassembler pour déterminer votre retour sur investissement, mais ce n'est généralement pas non plus une bonne utilisation du temps des personnes.

Un autre chef d'entreprise a déclaré à Qollabi qu'il souhaitait que les Channel Account Managers se réunissent avec des partenaires, sans effectuer le travail administratif nécessaire pour mettre en place un QBR. Ils devraient utiliser leurs compétences pour renforcer les partenariats et conclure des accords, plutôt que de construire des présentations PowerPoint.

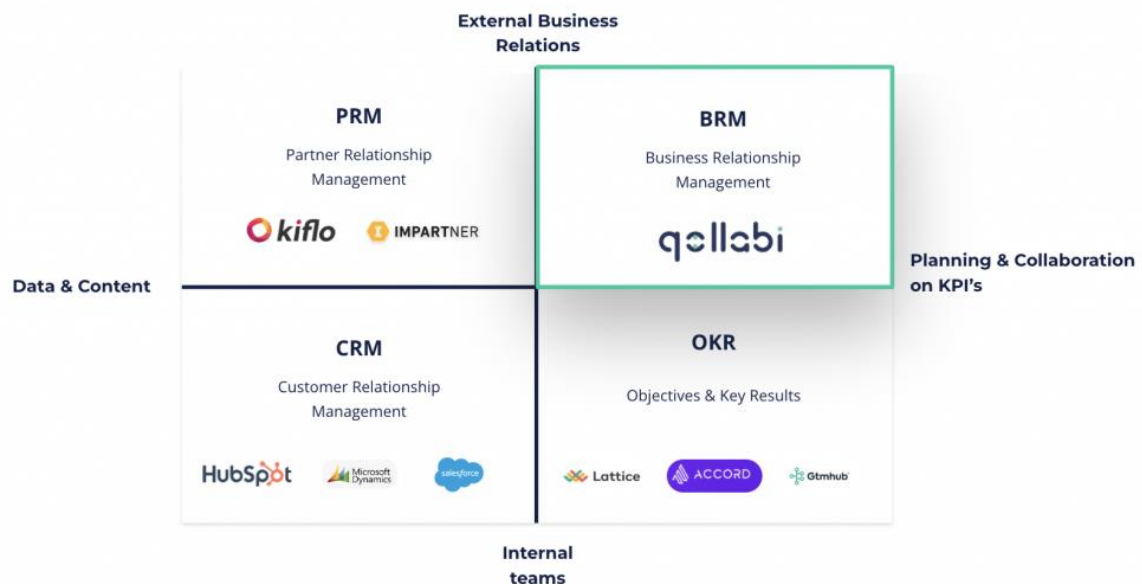
Même si vous disposez d'un modèle de QBR ou de ressources administratives en support qui peuvent vous aider à créer des présentations QBR, cela nécessite toujours la contribution d'un trop grand nombre de parties prenantes. Tous les appels téléphoniques, e-mails, recherches Excel et autres actions nécessaires pour retrouver les données et les informations d'un QBR impliquent trop de personnes et prennent trop de temps pour être efficaces.

Par quoi les entreprises devraient-elles remplacer les QBR ?

Bien que les problèmes avec les QBR puissent être apparents, vous vous demandez peut-être quelle est l'alternative. Les espaces partagés comme les plates-formes de gestion de projet basées sur le cloud et les outils de messagerie instantanée sont une bonne voie, mais une solution encore meilleure consiste à utiliser une plate-forme de [business relationship management \(BRM\)](#)

Cette nouvelle catégorie est comme un CRM pour les commerciaux partenaires. Tout comme un CRM offre une visibilité sur vos ventes directes, un BRM peut vous aider à créer plus de prévisibilité et de clarté pour les ventes indirectes. Vous saurez à quoi ressemble votre pipeline et ce que vous devez faire pour atteindre vos objectifs de vente.

Un BRM comble également les lacunes des outils de [partner relationship management \(PRM\)](#). Les PRM peuvent aider dans des domaines tels que l'intégration de partenaires et le développement de supports marketing, mais ils manquent généralement de cadres pour suivre la planification des activités, en particulier pour amener les partenaires à s'engager dans ces plans. Ainsi, vous pouvez utiliser un BRM pour construire des plans d'action et une responsabilisation communs avec vos partenaires.



Avec un BRM, vous pouvez voir l'état d'avancement de votre Channel, dialoguer avec des partenaires en temps réel, envoyer des mises à jour automatisées aux principales parties prenantes, et bien plus encore. Finalement, un BRM vous donne la version à la demande d'un QBR.

L'époque des rapports lents et statiques s'estompe. Les QBR sont remplacés par une méthode de travail dynamique qui permet de gagner du temps, de créer un alignement et, en fin de compte, d'obtenir de meilleurs résultats.

Bien que vous ayez toujours des évaluations commerciales formelles, un BRM facilitera ces évaluations. Vous pouvez gagner du temps en ayant les bonnes données facilement accessibles et une compréhension réelle des statuts de vos partenaires.

Finalement, vous pouvez arriver au point où vous êtes tellement synchronisé que vous n'auriez pas besoin de QBR...

Retrouvez l'article original en anglais en cliquant sur ce lien :  [*QBRs Are Dying*](#)



Qollabi is on a mission to make indirect sales predictable. Qollabi Business Relationship Management Software (BRM) creates shared spaces to plan and collaborate on mutual success plans using the OKR (Objective & Key Results) methodology.