

CRM, PRM, BRM, BI ou autres... De quoi avez-vous besoin pour gérer votre organisation de ventes indirectes ?

Beaucoup a été écrit sur les outils technologiques pour les ventes indirectes. Il y a souvent une idée fausse sur quels systèmes fournissent quel service. Pour prendre de la hauteur et garder une vue d'ensemble, nous vous avons répertorié les systèmes les plus courants utilisés par les meilleures organisations partenaires.



Customer Relationship Management (CRM)

Quoi ?

- Référentiel : centralisation des données clients finaux
- Étapes de l'entonnoir : gestion du pipeline et des opportunités
- Rapports : disposer d'un système d'enregistrements et de rapports

Pour qui ?

- Équipes de ventes directes : gestion du funnel, deal regs, contacts...
- Équipes de ventes indirectes : registres des transactions, données des comptes partenaires, contacts



Partner Relationship Management (PRM) ou portails

Quoi ?

- Supports marketing : partagez les documents avec les partenaires
- Enregistrez des transactions (deal reg.)
- Prise en charge du portail : centralisation de l'administration

Pour qui ?

- Équipes de ventes indirectes : remplace les fonctions du portail
- Équipes marketing : partagez les supports avec les partenaires et prenez en charge les campagnes



Business Relationship Management (BRM)

Quoi ?

- OKRs (Objectives & Key Results) pour l'action conjointe et la planification des partenariats
- Espace partagé : engagement et responsabilité des partenaires
- Mesures de réussite des partenaires : relations prévisibles avec les partenaires

Pour qui ?

- Équipes de ventes indirectes : automatiser l'intégration et la planification des partenariats
- Marketing & habilitation : suivi des programmes et des formations
- Leadership : donner un aperçu des principaux facteurs de réussite



Business Intelligence (BI)

Quoi ?

- Centraliser les données qui existent dans toute l'organisation
- Découvrir des informations commerciales
- Créer de tableaux de bord et de visualisations

Pour qui ?

- Équipes de ventes (in)directes : informations et prévisions de ventes exploitables
- Marketing : stratégie GTM basée sur les données



Marketplace technology

Quoi ?

- Marketplace : Solution 'plug-and-play' tierce pour votre propre place de marché
- Sélection des partenaires
- Récompenses partenaires

Pour qui ?

- Équipes de ventes indirectes : place de marché en marque blanche
- Marketing : répertoire des partenaires automatisé



Partner Ecosystem Platform (PEP) & Management

Quoi ?

- Conservatoire de données
- Cartographie des comptes : identifiez les chevauchements de clients, d'opportunités et de prospects
- Vente conjointe : exécution d'efforts de vente conjointe et de marketing au niveau du compte

Pour qui ?

- Équipes de ventes (in)directes : identifier les opportunités de vente conjointe
- Marketing : partage de données et de marketing basé sur les comptes



Integration Platform as a Service (IPaaS)

Quoi?

- Intégration : connecteurs prêts à l'emploi entre les applications
- Construction : configurez les intégrations standards
- Surveillance : gérer les intégrations

Pour qui ?

- (In)direct sales teams: make data available to get more from tech stack
- Marketing: clean data availability and automation flows



Conseil by qollabi

Fondamentaux : Maîtrisez les bases et installez les bonnes données (finales) dans votre CRM/BI. Développez les plans (d'affaires) de support et créez la responsabilité dont vous avez besoin pour atteindre vos KPI avec les OKR (BRM)

Professionnel : saisissez des opportunités (conjointes), suivez et collaborez sur des comptes communs, professionnalisez votre technologie partenaire avec PEP

Avancé : installez votre portail, place de marché et rationalisez la vente conjointe avec des partenaires

Qollabi est une solution de collaboration avec vos partenaires à laquelle vous pouvez faire confiance pour tirer le meilleur parti de votre Channel.