



NEEDTODEV

**Externalisation commerciale**

*Libérez votre entreprise  
et atteignez de nouveaux sommets!*

# Sommaire

---

<b>1. Introduction</b>	<b>3</b>
Présentation de l'externalisation commerciale	4
L'impact de l'externalisation sur la croissance de l'entreprise	5
<b>2. Les avantages de l'externalisation commerciale</b>	<b>6</b>
Réduction des coûts et optimisation des ressources	6
Accès à une expertise spécialisée	6
Flexibilité et agilité dans un environnement commercial en évolution	6
Concentration sur les compétences clés des entreprises et la quête de sens du CEO	6
Possibilité d'attaquer un nouveau marché sous l'anonymat	7
<b>3. Les services d'externalisation commerciale</b>	<b>8</b>
Externalisation de la force de vente	8
Externalisation de la génération de leads et de la prospection	8
Externalisation du support commercial et du service client	8
<b>4. Stratégies d'externalisation commerciale réussies</b>	<b>9</b>
Identification des processus à externaliser	9
Sélection d'un partenaire d'externalisation fiable et qualifié	9
Mise en place d'une communication efficace avec le partenaire	9
<b>5. Conseils pratiques pour une externalisation commerciale réussie</b>	<b>10</b>
Évaluation des besoins et des compétences nécessaires	10
Planification et mise en œuvre de la transition	10
Suivi et évaluation des résultats	10
<b>6. Les dangers et les éléments à surveiller de près</b>	<b>11</b>
Les risques de perte de contrôle	11
Les risques liés à la confidentialité et à la sécurité des données	11
Les risques liés à la gestion des relations avec les clients	11
<b>7. Conclusion</b>	<b>12</b>
Les avantages tangibles de l'externalisation commerciale	12
Les prochaines étapes pour libérer l'entreprise et atteindre de nouveaux sommets	12



# 1. Introduction

---



*Ce livre blanc a été créé dans le but de fournir des informations précieuses sur l'externalisation commerciale et son impact sur la pérennité et la croissance des entreprises. Ce document résulte de l'intime conviction que nous avons quant aux avantages que l'externalisation commerciale peut apporter comme stratégie efficace, pour libérer du temps aux entreprises et atteindre de nouveaux sommets (succès ?) dans l'industrie.*

En France, la vente et le commerce ne sont pas toujours considérés comme des professions essentielles, marquantes ou valorisées de la même manière que dans d'autres cultures. Plusieurs facteurs socioculturels contribuent à cette perception négative.

Tout d'abord, la culture française met souvent l'accent sur l'éducation, la créativité et les métiers intellectuels, tandis que les professions commerciales comme techniques, sont considérées comme moins prestigieuses. Cette mentalité peut décourager certains individus d'envisager une carrière dans la vente. De plus, il existe une certaine méfiance à l'égard des techniques de vente perçues comme agressives ou manipulatrices, ce qui peut créer une perception négative de la profession.

C'est ainsi que le présent document n'aborde que la vente BtoB. Les techniques de BtoC sont laissées aux soins des développeurs de plateformes internet et autres «e-sales-tools», qui privilégie la quantité à la qualité. En ce qui nous concerne, c'est juste le contraire.

Néanmoins, tout le monde s'accorde à reconnaître que la vente est un domaine clé pour le développement économique et la croissance des entreprises.



*Ce livre blanc vise à éclairer les avantages et les opportunités que l'externalisation commerciale, permet d'apporter, de changer les perceptions et de libérer le potentiel des entreprises dans l'industrie française.*

## Présentation de l'externalisation commerciale

L'externalisation commerciale est une pratique de plus en plus répandue dans le monde des affaires. Elle consiste à confier tout ou partie de ses activités commerciales à un prestataire externe spécialisé, permettant ainsi à une entreprise de se concentrer sur ses compétences clés et de libérer des ressources précieuses.

À ce stade, il faut faire un distinguo entre « externalisation » et « sous-traitance ». La maîtrise de la relation client est pour l'entreprise, beaucoup trop essentielle pour être « sous-traitée », comme peut l'être la logistique ou l'informatique, par exemple.

L'externalisation est moins globalisante, moins absolue, que la sous-traitance qui sous-entend une forme de perte de contrôle. L'externalisation permet elle, de confier certaines tâches commerciales spécifiques, tout en conservant en interne la maîtrise globale de la clientèle et de la relation client.

L'externalisation commerciale offre de nombreux avantages, notamment la réduction des coûts, l'accès à une expertise spécialisée, la flexibilité et la possibilité de se consacrer pleinement aux activités principales de l'entreprise, recruter rapidement, ajuster les dépenses en fonction des différents cycles de vente ou de crises.

Elle peut être utilisée dans divers domaines, tels que la force de vente, la génération de leads et la prospection, ainsi que la mise au point de supports commerciaux et la mise en place d'un service client patient, opiniâtre et persévérant.

## L'impact de l'externalisation sur la croissance de l'entreprise

L'externalisation commerciale peut jouer un rôle crucial dans la croissance et le développement d'une entreprise. Les statistiques montrent que de nombreuses entreprises qui ont opté pour l'externalisation ont connu une augmentation significative de leurs revenus et de leur rentabilité.

En externalisant les activités commerciales, les entreprises peuvent réduire les coûts liés à la phase de recrutement et de formation des commerciaux.

De plus, l'externalisation permet d'accéder à une expertise spécialisée extérieure à l'entreprise et à des compétences éprouvées dans le domaine commercial. Les prestataires d'externalisation commerciale sont souvent des experts dans leur domaine, ayant une connaissance approfondie des meilleures pratiques et des stratégies efficaces.

L'externalisation commerciale offre également une flexibilité précieuse pour s'adapter aux fluctuations du marché du travail. Les entreprises peuvent ajuster rapidement leur capacité RH commerciale, en fonction des besoins changeants ou des fluctuations de marché, sans avoir à se préoccuper des contraintes liées à l'embauche, la formation et aux licenciements.

*« La disponibilité immédiate d'informations de qualité par le biais des canaux numériques a permis aux acheteurs de recueillir beaucoup plus facilement des informations de manière indépendante, ce qui signifie que les vendeurs ont moins facilement et moins souvent la possibilité d'influencer les décisions des clients. En effet, une étude Gartner révèle que lorsque les acheteurs B2B envisagent un achat, ils ne consacrent que 17% de leur temps à rencontrer des fournisseurs potentiels. Lorsque les acheteurs comparent plusieurs fournisseurs, le temps passé avec un représentant commercial peut ne représenter que 5 ou 6% du processus d'achat. »*

## 2. Les avantages de l'externalisation commerciale

### Réduction des coûts et optimisation des ressources

Les principaux avantages de l'externalisation commerciale sont la réduction des coûts, l'optimisation des ressources, la réactivité, l'agilité et l'efficacité. En externalisant certaines activités commerciales à des prestataires spécialisés, vous pouvez non seulement réduire les dépenses liées à l'embauche et à la formation du personnel interne, mais aussi gagner en réactivité et en souplesse.

En optimisant vos ressources commerciales, vous pouvez allouer les fonds et les capacités disponibles aux domaines clés de votre entreprise, tels que la R&D, la production, l'innovation, et la croissance stratégique ou le C.E. Cela vous permet de vous concentrer sur ce que vous faites de mieux: votre cœur de métier et d'améliorer ainsi votre agilité et votre avantage concurrentiel.

### Accès à une expertise spécialisée

L'externalisation commerciale offre également un accès à une expertise spécialisée. En travaillant avec des prestataires externes qui se concentrent sur les activités commerciales spécifiques ou des marchés dédiés, vous pouvez bénéficier de leur savoir-faire, de leurs compétences, de leur réseau, de leurs connaissances approfondies dans le domaine, et de leurs expériences dans des domaines similaires.

Cela permet d'accéder à des ressources hautement renseignées, qualifiées et expérimentées, sans avoir à les recruter et à les former en interne. Profiter de l'expertise de professionnels de la vente, du marketing et de la gestion commerciale, qui connaissent les meilleures pratiques et les tendances du marché.

Sachant que depuis le début des années 2000, plusieurs études montrent que la diversification est une stratégie efficace, l'externalisation commerciale est une option envisageable pour élaborer une expérimentation de développements.

## **Flexibilité et agilité dans un environnement commercial en évolution**

Dans un environnement commercial en constante évolution, l'adaptabilité et l'agilité sont essentielles. Comme l'a démontré la disparition des dinosaures et les travaux de Charles Darwin, la force et la puissance ne sont pas la garantie de la pérennité. Seuls ceux qui s'adaptent ou savent s'adapter, ont l'espoir de pérenniser leur avenir. L'externalisation commerciale permet aux entreprises de s'adapter rapidement aux fluctuations du marché et aux changements des besoins commerciaux.

En externalisant certaines activités commerciales, vous pouvez ajuster votre capacité et vos ressources en fonction de la demande, faire des tests d'offres, sans avoir à supporter les coûts fixes associés à une équipe interne. Cela permet à l'entreprise de gagner en flexibilité et de mieux répondre aux opportunités et aux défis du marché.

De plus il est nettement plus facile de mettre un terme à une relation professionnelle avec un cabinet extérieur plutôt qu'avec des RH internalisés

## **Possibilité d'attaquer un nouveau marché sous l'anonymat**

L'externalisation commerciale permet aux entreprises d'explorer de nouveaux marchés tout en préservant leur anonymat initial. Cette approche stratégique offre plusieurs avantages :

- Évaluation impartiale du marché sans biais de notoriété.
- Réduction des risques et des coûts liés à une expansion directe.
- Protection de la confidentialité des activités commerciales.

Pour attaquer un nouveau marché de manière anonyme, on peut envisager les stratégies suivantes :

- Utilisation de sociétés écrans ou d'entités juridiques distinctes.
- Collaboration avec des partenaires locaux bien établis.
- Utilisation de canaux de distribution indirects.

Une fois que le marché a été évalué et établi une position solide, il est possible de révéler progressivement l'identité de la société pour capitaliser sur la notoriété acquise.

Cette approche permet d'attaquer un nouveau marché avec prudence, d'évaluer les opportunités et de préserver un avantage concurrentiel et éventuellement pouvoir se retirer sans compromettre sa réputation tant en externe qu'en interne.

## Concentration sur les compétences clés des entreprises et la quête de sens du CEO

En externalisant certaines activités commerciales, il est possible de se concentrer sur les compétences clés de l'entreprise. Plutôt que de disperser les ressources et l'attention sur des tâches périphériques, on peut consacrer les efforts à l'innovation, à la différenciation et à la création de valeur.

En déchargeant les activités commerciales non essentielles, il est possible de consolider sa position concurrentielle et renforcer son expertise dans le domaine d'activité principal. Cela permet d'élargir les perspectives de croissance et d'améliorer la performance globale. Un chef d'entreprise, plutôt que diriger et orchestrer selon son bon vouloir, doit réfléchir, anticiper, adapter et surtout créer du sens. **Le rôle d'un CEO est de travailler sur son entreprise et non pas dans son entreprise.** Il doit s'extraire de son entreprise, et à ce titre, l'externalisation commerciale peut l'aider à le faire.

Cette quête de sens doit se faire de manière organique, par un engagement dans la concertation, la participation, le partage, la sérendipité (capacité de trouver des opportunités que l'on n'a pas cherchées) et l'interaction.

---

Aussi, pour réaliser cette quête, le CEO sera-t-il mieux armé :

**1**  
Avec des collaborateurs soumis à son autorité hiérarchique, mais de plus en plus atomisés, au sein d'équipes mouvantes et revendicatrices (turn-over / CDD / télétravail / slow working) ?

**2**  
Avec une structure externe dont les relations ne sont plus hiérarchiques mais contractuelles, équitables, coopératives et focalisées sur les objectifs à atteindre ?

# 3. Les services d'externalisation commerciale



## Externalisation de la force de vente

L'externalisation de la force de vente est délibérément basée sur un marché de demande (type « pull »), contrairement la force de vente supplétive qui est basée sur un marché d'offre (type « push »).

L'externalisation de la force de vente est avant tout le résultat d'un choix stratégique à part entière et non le complément ou le rattrapage d'un manque de moyens commerciaux internes.

## Externalisation de la génération de leads et de la prospection

L'externalisation commerciale offre également un accès à une expertise spécialisée. En travaillant avec des prestataires externes qui se concentrent sur les activités commerciales spécifiques ou des marchés dédiés, vous pouvez bénéficier de leur savoir-faire, de leurs compétences, de leur réseau, de leurs connaissances approfondies dans le domaine, et de leurs expériences dans des domaines similaires.

Cela permet d'accéder à des ressources hautement renseignées, qualifiées et expérimentées, sans avoir à les recruter et à les former en interne. Profiter de l'expertise de professionnels de la vente, du marketing et de la gestion commerciale, qui connaissent les meilleures pratiques et les tendances du marché.

Sachant que depuis le début des années 2000, plusieurs études montrent que la diversification est une stratégie efficace, l'externalisation commerciale est une option envisageable pour élaborer une expérimentation de développements.

## Externalisation du support commercial et du service client

Le support commercial et le service client sont des éléments cruciaux pour assurer la satisfaction et la fidélisation des clients. L'externalisation de ces fonctions permet aux entreprises de bénéficier d'une assistance professionnelle et d'une gestion efficace des interactions avec les clients.

En externalisant le support commercial et le service client, l'entreprise peut accéder à des équipes spécialisées dans la gestion des requêtes, des plaintes et des demandes des clients. Cela garantit un service de haute qualité, une réponse rapide et une expérience client améliorée.

Selon une étude réalisée par Customer Contact Week, les entreprises qui externalisent leur support commercial et leur service client peuvent réduire les coûts opérationnels jusqu'à 30 % tout en améliorant la satisfaction client de 35 %.

En résumé, les services d'externalisation commerciale, tels que l'externalisation de la force de vente, la génération de leads et la prospection, ainsi que le support commercial et le service client, offrent des avantages concurrentiels aux entreprises qui les utilisent.



# 4. Stratégies d'externalisation commerciale réussies

---

## Identification des processus à externaliser

Lorsqu'il s'agit de réussir une stratégie d'externalisation commerciale, il est crucial d'identifier les processus les plus appropriés à externaliser. Cela implique d'évaluer attentivement les activités commerciales de l'entreprise et de déterminer celles qui peuvent bénéficier le plus de l'externalisation.

Il est important de mener une analyse approfondie pour évaluer les avantages potentiels, les risques et les coûts associés à l'externalisation de chaque processus. En identifiant les domaines où l'externalisation peut apporter une réelle valeur ajoutée, afin de maximiser les avantages de cette stratégie.

## Sélection d'un partenaire d'externalisation fiable et qualifié

La sélection d'un partenaire d'externalisation fiable et qualifié est un élément clé du succès de la stratégie d'externalisation commerciale. Il est essentiel de choisir un prestataire qui connaît et comprend l'industrie ou le marché ciblé, les besoins spécifiques et qui dispose d'une solide expérience dans l'externalisation des activités commerciales.

Lors de la sélection d'un partenaire, il est recommandé de prendre en compte des critères tels que la réputation, l'expertise, les références clients, la qualité des services proposés, la capacité à s'adapter aux besoins changeants mais surtout la complémentarité et la confiance. Le partenaire d'externalisation peut être considéré comme un directeur commercial ou Business Developer, il est important de bien s'entendre et tout à fait normal d'être difficile dans ce choix.

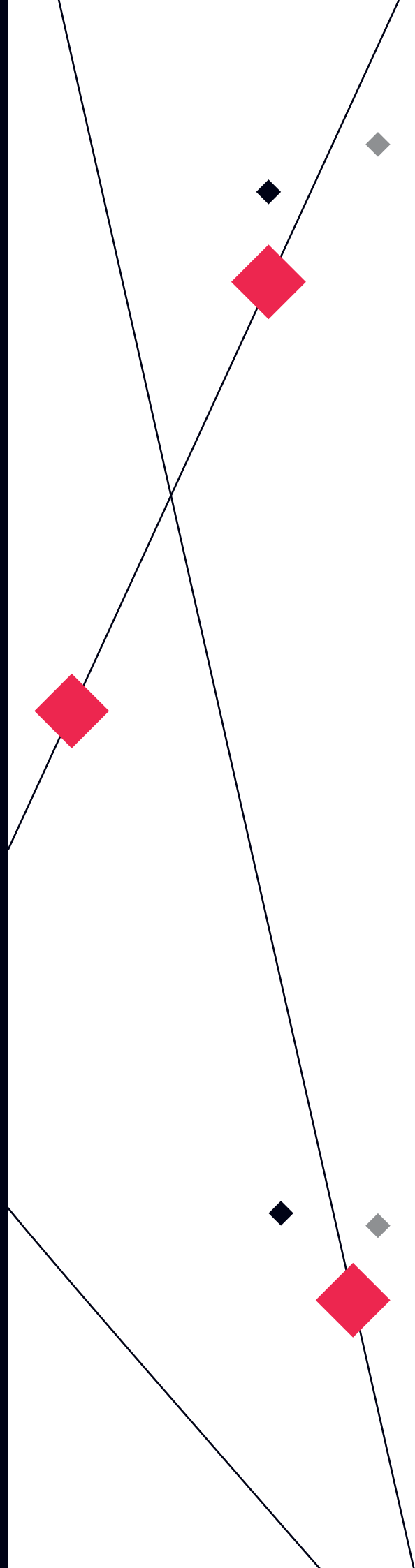
Une étude menée par Everest Group a révélé que les entreprises qui réussissent leur stratégie d'externalisation commerciale sont celles qui accordent une importance particulière à la sélection du bon partenaire. Ces entreprises ont généralement évalué plusieurs options, réalisé des vérifications approfondies et établi une relation de confiance avec leur partenaire choisi.

## Mise en place d'une communication efficace avec le partenaire

La communication est un élément essentiel pour assurer le succès de l'externalisation commerciale. Une communication claire, transparente et régulière avec son partenaire d'externalisation favorise une compréhension mutuelle, une collaboration efficace et une gestion harmonieuse des activités externalisées.

Il est important d'établir des canaux de communication ouverts et d'établir des réunions régulières pour discuter des objectifs, des attentes, des résultats et des problèmes éventuels. Une bonne communication permet de résoudre rapidement les problèmes, d'apporter des ajustements si nécessaire et de maintenir une relation solide avec votre partenaire.

En résumé, les stratégies d'externalisation commerciale réussies nécessitent une identification soignée des processus à externaliser, une sélection minutieuse d'un partenaire fiable et qualifié, ainsi qu'une communication efficace avec ce partenaire. En mettant en place ces éléments clés, on maximise les chances de réussite d'externalisation commerciale et en tirer pleinement parti.



# 5. Conseils pratiques pour une externalisation commerciale réussie

## Évaluation des besoins et des compétences nécessaires

Avant d'externaliser les activités commerciales, il est essentiel d'évaluer les besoins spécifiques et les compétences requises pour assurer une transition réussie. Voici quelques conseils pour piloter ce processus :

- Analysez les processus commerciaux existants: Identifier les domaines qui peuvent être externalisés et ceux qui doivent rester en interne. Déterminer les tâches et les responsabilités que l'on souhaite confier à un prestataire externe.
- Évaluer les compétences internes: Identifiez les compétences clés nécessaires pour soutenir les activités externalisées. S'assurez de conserver en interne les compétences stratégiques qui contribuent à un avantage concurrentiel.
- Définir des objectifs clairs: établir ces derniers pour l'externalisation, tels que la réduction des coûts, l'amélioration de la productivité, l'expansion dans de nouveaux marchés ou pallier au manque de ressources. Ces objectifs serviront de base pour évaluer les résultats et la réussite de l'externalisation.

## Planification et mise en œuvre de la transition

La planification minutieuse et la mise en œuvre rigoureuse sont essentielles pour une externalisation commerciale réussie. Voici quelques conseils pour réussir cette étape cruciale :

- Sélectionner un partenaire d'externalisation fiable et de confiance: effectuer une recherche approfondie et identifier un prestataire d'externalisation qui possède une expertise éprouvée dans le domaine d'activité choisi. Vérifier les références, les certifications et les témoignages de leurs clients pour prendre une décision éclairée.
- Établir une feuille de route claire : développer un plan détaillé qui décrit les étapes de la transition, les responsabilités des différentes parties et les délais prévus. S'assurer que toutes les parties impliquées comprennent clairement le processus et les attentes.
- Assurer une communication transparente: maintenir une communication ouverte et régulière avec le partenaire d'externalisation. Établir des canaux de communication efficaces pour résoudre rapidement les problèmes, partager les informations pertinentes et aligner les objectifs.

An abstract graphic on the left side of the page features two intersecting black lines that create a large 'X' shape. Several diamonds are scattered across the page: a grey diamond in the upper left, a black diamond below it, a large red diamond on the upper line, another large red diamond on the lower line, and a grey diamond in the lower left. A horizontal line is positioned below the number 12 at the bottom left.

## Suivi et évaluation des résultats

Le suivi et l'évaluation réguliers des résultats de l'externalisation commerciale sont essentiels pour garantir le succès à long terme. Voici quelques conseils :

- Définir des indicateurs clés de performance (KPI) : identifier les KPI pertinents pour mesurer les performances de l'externalisation. Cela peut inclure entre autres des mesures telles que le chiffre d'affaires généré, les coûts réduits, la satisfaction client, le nombre de nouveaux prospects ou les raisons des difficultés à pénétrer un nouveau marché.
- Effectuer des évaluations périodiques : réaliser des évaluations régulières pour suivre les progrès, identifier les problèmes potentiels et apporter des ajustements si nécessaire. Impliquer le partenaire d'externalisation dans ces évaluations pour une collaboration plus efficace.
- Être flexible et adaptatif : l'environnement commercial évolue rapidement, il est donc essentiel d'adapter sa stratégie et processus en conséquence. Rester ouvert aux ajustements et aux améliorations continues pour optimiser les résultats de l'externalisation.

En appliquant ces conseils pratiques, il sera possible de maximiser les avantages de l'externalisation commerciale et d'assurer une transition réussie vers un modèle efficace.

# 6. Les dangers et les éléments à surveiller de près



*L'externalisation commerciale offre de nombreux avantages, mais il est important de prendre en compte les dangers potentiels et les éléments à surveiller de près lors de sa mise en œuvre. Dans ce chapitre, nous explorerons ces aspects critiques pour minimiser les risques et garantir le succès de l'externalisation.*

## Les risques de perte de contrôle

Lors de l'externalisation d'une partie des activités commerciales, il existe un risque de perte de contrôle. Il est essentiel de mettre en place des mécanismes de suivi et de communication solides pour maintenir une transparence et un contrôle appropriés. Voici quelques conseils pour atténuer ce risque :

- Établir des indicateurs clés de performance (KPIs) : définir des KPIs pertinents pour mesurer les performances du partenaire. Cela permettra de surveiller de près les résultats et de prendre des mesures correctives si nécessaire.
- Communiquer régulièrement : organiser des réunions d'étapes régulières avec le prestataire, afin de discuter des progrès, des défis et des opportunités. S'assurer que les canaux de communication sont ouverts et transparents.
- Effectuer des audits réguliers : les planifier périodiquement pour évaluer les opérations. Cela permettra de vérifier la conformité, d'identifier les lacunes éventuelles et de prendre des mesures correctives.

## Les risques liés à la confidentialité et à la sécurité des données

Durant l'externalisation des activités commerciales, on partage souvent des informations sensibles. Cela peut créer des risques potentiels en termes de confidentialité et de sécurité des données. Voici quelques mesures à prendre pour minimiser ces risques :

- Établir des accords de confidentialité (NDA) solides : ces accords doivent définir clairement les obligations de confidentialité et les mesures de sécurité à mettre en place.
- Veiller à ce que les données soient protégées de manière appropriée lors de leur partage. Utiliser des méthodes de cryptage, des pare-feu et d'autres mesures de sécurité pour garantir la confidentialité et l'intégrité des données.
- Réaliser des évaluations régulières de la sécurité des systèmes de du partenaire d'externalisation. Cela permettra de s'assurer que les mesures de sécurité sont adéquates et conformes aux normes en vigueur.



## Les risques liés à la gestion des relations avec les clients

L'externalisation commerciale peut avoir un impact sur la relation entretenue avec les clients. Il est important de gérer efficacement cette transition et de veiller à ce que ces derniers continuent de bénéficier d'une expérience positive. Voici quelques points clés à considérer :

- **Communiquer :** informer les clients de la décision d'externaliser certaines activités commerciales et expliquer les avantages qu'ils peuvent en tirer. Rassurer sur le maintien de la qualité de service et de la satisfaction client.
- **Assurer de la continuité de service :** vérifier les compétences et les ressources nécessaires du cabinet pour maintenir la qualité du service client. Définir des protocoles clairs pour la gestion des demandes clients et assurer que les problèmes sont résolus de manière efficace.
- **Obtenir des retours d'information :** solliciter régulièrement les commentaires des clients pour évaluer leur niveau de satisfaction et identifier d'éventuelles améliorations. Utiliser ces informations pour ajuster votre stratégie d'externalisation et améliorer l'expérience client.
- **Ne pas hésiter à mettre en avant le fait d'avoir signé un accord solide avec** et de rappeler aux clients les points suivants.

En suivant ces conseils et en restant vigilant face aux dangers potentiels, il est possible de tirer pleinement parti des avantages de l'externalisation commerciale tout en minimisant les risques.

# 7. Conclusion

---

## Les avantages tangibles de l'externalisation commerciale

L'externalisation commerciale offre des avantages tangibles pour les entreprises qui souhaitent libérer leur potentiel et atteindre de nouveaux sommets dans leur secteur d'activité. Les avantages les plus courants, sont :

- Réduction des coûts
- Amélioration de la productivité
- Accès à une expertise spécialisée
- Flexibilité contractuelle
- Équipements informatiques

## Les prochaines étapes pour libérer l'entreprise et atteindre de nouveaux sommets

Maintenant que nous connaissons les avantages et des éléments à surveiller, voici les prochaines étapes pour libérer une entreprise et atteindre de nouveaux sommets grâce à l'externalisation commerciale :

- Évaluer continuellement les performances et les résultats de l'externalisation pour apporter des améliorations continues.
- Développer des relations solides avec les partenaires d'externalisation et maintenir une communication ouverte et transparente.

Être prêt à s'adapter et à évoluer en fonction des changements du marché et des besoins.