



FICHE SAVOIR MARKETING

Exploiter et partager l'information commerciale

La gestion de l'information commerciale est un enjeu majeur dans les entreprises. La multiplication des points d'entrée de l'information nécessite de bien l'organiser, la valoriser et la partager de façon optimale.

► Organiser l'information commerciale

- **Permet d'assurer sa fiabilité et sa pertinence** : avec des bases de données (BDD) de qualité et mises à jour en permanence.
- **Les informations sont organisées dans un système d'information.**
- **Ce système d'information a pour rôle** de collecter, de traiter, de stocker, et de diffuser l'information.

Des outils au service de l'information commerciale :

- **un PGI (progiciel de gestion intégré)** ou ERP (*Entreprise Ressource planning*) permet la gestion des achats et des ventes, la comptabilité... ;
- **un CRM (Customer Relationship management)** ou **GRC** (gestion de la relation client), est plus spécifique à la gestion de la relation client. Il est aussi possible de stocker l'information dans des bases de données grâce à des **tableurs (Excel)**, sur le réseau informatique de l'entreprise, sur les plateformes collaboratives ou sur des Cloud.

Il est essentiel que l'information soit vérifiée, enrichie, et mise à jour en permanence : **on appelle cela la qualification de l'information.**

► Exploiter l'information commerciale

Il faut savoir exploiter l'information afin d'en tirer le meilleur pour l'entreprise. La masse de données ne cesse d'augmenter, il faut donc les trier afin de les exploiter pour des actions commerciales.

- **Le Data Mining** : est une technique d'analyse de données permettant de mieux comprendre la clientèle, et mettre en œuvre des actions commerciales par exemple.
- **Le Profiling** : consiste à exploiter les données clients (sociodémographiques, comportementales) afin de déterminer des profils de comportement d'achat et de consommation, et proposer une offre adaptée, via le canal adapté.

Ces deux techniques impliquent l'utilisation de logiciel performant. Dans une entreprise modeste, l'exploitation des données détenues sur **un tableur** (Excel par exemple), peut se faire grâce à **des tris, des requêtes.**

► Partager l'information commerciale

La masse d'informations commerciales d'une entreprise devra faire l'objet d'une diffusion optimale.

Les outils de diffusion de l'information :

- **le CRM** : pour partager les informations clients. Les droits d'accès sont paramétrés par l'administrateur selon les besoins des utilisateurs. Ce qui permet de partager uniquement l'information nécessaire ;
- **l'espace collaboratif** : pour mutualiser l'information. Trello, Padlet ou des espaces tels que Google Drive, permettent de collaborer en ligne sur des projets, de stocker des documents ; on peut s'y connecter de partout. Les agendas partagés permettent aux équipes de donner une visibilité sur les rendez-vous et les réunions ;
- **le tableau de bord** : pour améliorer la performance commerciale. Outils d'analyse des données commerciales. Y figurent, pour un certain nombre d'indicateurs tels que le CA, la marge et le taux de réclamation, des objectifs comparés aux résultats, et une mise évidence des écarts.

La nécessité de sécuriser les données : les données détenues par les entreprises sont stratégiques et confidentielles. Richesse pour l'entreprise, elles sont créatrices de valeur. Les clients ont donné leur consentement, il est donc important de les protéger contre d'éventuelles fuites.

Cf. Le règlement général sur la protection des données (**RGDP**)