

## Constat :

La startup propose des logiciels en mode SaaS (Software as a Service, sur abonnement). Son process de vente est intuitif et conduit à des taux de transformation insatisfaisants et/ou des durées imprévisibles de cycles de vente. De plus il n'existe pas de "mode opératoire" facile à transmettre rapidement aux nouveaux commerciaux.

## Objectifs :

Définir un process de vente efficient, traduisible dans un logiciel CRM et facilement déployable lors de l'onboarding de nouveaux commerciaux.

## Missions :

Animer des workshops de mise au point du process de vente. Lors de ces travaux, les commerciaux revisitent leurs actions, en mode win/loss review, afin de dégager les meilleures pratiques. Le consultant Dymameans organise, anime, challenge et enrichit de son expertise. Le résultat des travaux est traduit en étapes avec leurs conditions, et implémenté dans le CRM.

## Résultats :

- Un process de vente redéfini, ancré dans un CRM et approprié par les commerciaux.
- Une amélioration des taux de transformation, une accélération des cycles de vente.
- Un onboarding plus efficient des nouveaux commerciaux.