

Processus *de vente*

Sept signaux qui montrent que ta vente déraile, et quoi faire avant qu'il ne soit trop tard.



Sept signaux.

Les risques de chacun.

Ce que tu peux faire.

KeepGrowing

keepgrowing.fr
Powered by AI. Trained by Pros.
Illustration générée · scène fictive

Dans ce guide

Un processus défaillant laisse toujours des traces. Si tu les repères à temps, tu évites la crise.

	Quand la croissance dépasse les processus	03
01	Le portefeuille fantôme	04
02	Le chaos de la qualification	05
03	La guerre des silos	06
04	La dérive des prix	07
05	L'amnésie du CRM	08
06	La démo éternelle	09
07	Les clients qui s'en vont	10
	Où en est ton équipe ? Auto-évaluation	11
	Aller plus loin avec Pulse 360	12



La chronique

Sept épisodes suivent Anaïs, nouvelle directrice commerciale de Ferval, une entreprise tech en croissance, signal après signal. Un cas fictif.



Toute la collection sur
keepgrowing.fr/livres-blancs-expertise-commerciale

Cas type · situations rencontrées

Quand la croissance dépasse les processus

Une entreprise tech en pleine croissance. Le chiffre d'affaires progresse vite, l'équipe commerciale recrute à tour de bras. Tout va bien, jusqu'au jour où plus rien ne suit.

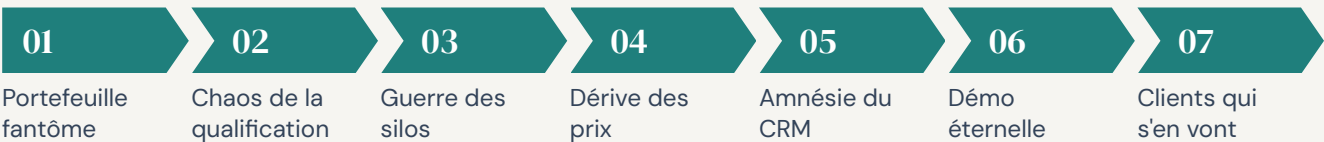
En quelques mois

Des leads se perdent faute de suivi	Les délais de réponse s'allongent
Des clients historiques partent	L'équipe commerciale se démotive

La cause : des processus commerciaux qui n'ont pas suivi la croissance.

Le plus frustrant : les signaux étaient visibles bien avant la crise. En +120 diagnostics depuis 2022, un constat revient : un processus défaillant laisse toujours des traces. Si tu les repères à temps, tu évites la crise.

Les 7 signaux à surveiller



Ce cas est un cas type, composé à partir de situations rencontrées. Les vues de travail qui suivent sont des exemples fictifs.

01

02

03

04

05

06

07

Signal 1 sur 7 • portefeuille fantôme

01 *Signal 1* Le portefeuille fantôme

Vue de travail • exemple fictif

Opportunité	Montant	Dernier échange	Prochaine étape
Alto	45 k€	Il y a 3 jours	Revue métier, 5 octobre
Nori	60 k€	Il y a 46 jours	Aucune date
Vela	25 k€	Il y a 29 jours	À confirmer

130 k€ affichés

dont 85 k€ à vérifier



130 k€ affichés ne font pas 130 k€ qualifiés. Nori et Vela demandent une vérification, pas une suppression automatique.

Les risques

Des prévisions de vente peu fiables

Des ressources mal allouées

Une crédibilité entamée auprès des investisseurs et du comité de direction

Des décisions stratégiques prises sur des données fausses

Ce que tu peux faire

Appliquer une grille de qualification unique, la même pour toute l'équipe

Revoir le portefeuille chaque semaine

Programmer une alerte sur les opportunités sans échange depuis un délai que tu fixes

Écrire noir sur blanc ce qui qualifie et ce qui déqualifie une opportunité

Un montant dans le CRM n'est pas une preuve d'avancement.

Chronique • 1 / 7

Le portefeuille affiché

Premier lundi d'Anaïs, nouvelle directrice commerciale de Ferval. Le portefeuille affiche de beaux montants, mais plusieurs dossiers n'ont ni échange récent ni prochaine étape. Elle ne supprime rien : elle demande une preuve d'avancement pour chacun.

01

02

03

04

05

06

07

Signal 2 sur 7 • chaos de la qualification

02 *Signal 2* Le chaos de la qualification

Vue de travail • 120 leads reçus ce mois-ci • exemple fictif

80 %

Attribués, sur 120
96 leads • **24 sans responsable**

81 %

Traités dans le délai, sur 96
78 leads • **18 hors délai**

65 %

Bien traités au total, sur 120
78 leads sur les 120 reçus

Réactivité

Pourquoi 18 leads attribués ont-ils dépassé le délai ?

Attribution

Qui prend les 24 leads sans responsable ?

Les risques

Des opportunités perdues par manque de réactivité

Une expérience client dégradée dès le premier contact

Des commerciaux démotivés

Un budget d'acquisition gaspillé

Ce que tu peux faire

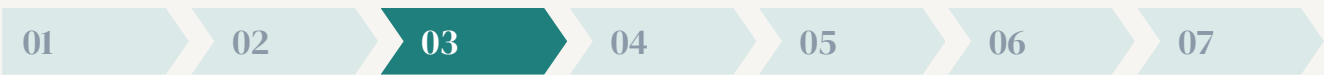
- 1 Écrire un guide de qualification commun
- 2 Fixer un délai de traitement, par exemple 2 heures, en précisant les heures couvertes, le degré d'urgence et le type de lead
- 3 Entraîner régulièrement l'équipe sur ce guide
- 4 Automatiser la première attribution

Chronique • 2 / 7

Les leads du vendredi

Anaïs découvre que les leads arrivés le vendredi soir attendent souvent le mardi. Personne n'est désigné pour eux. Elle écrit avec le marketing qui prend quoi, et dans quel délai.

Chaque lead a un responsable et une prochaine action.



Signal 3 sur 7 · guerre des silos

03 *Signal 3* La guerre des silos

Vue de travail · les passages de relais · exemple fictif

Marketing	Vente	Production	Suivi client
Passage de relais	Responsable	Preuve	
<i>Marketing → vente</i>	Responsable du lead	Besoin et contexte renseignés	
<i>Vente → production</i>	Responsable du projet	Engagements et périmètre validés	
<i>Production → suivi</i>	Responsable du compte	Résultats et alertes partagés	

Le passage de relais fait partie de la vente.

Les risques

- Des décisions qui traînent
- Des clients stratégiques perdus
- Un climat interne qui se dégrade
- Des talents qui partent

Ce que tu peux faire

- Tenir un point hebdomadaire entre services
- Partager quelques indicateurs communs entre marketing, vente et production
- Organiser des retours croisés entre équipes
- Aligner les objectifs des différentes équipes

Chronique · 3 / 7
Le client qui se répète

Un nouveau client réexplique à l'équipe projet ce qu'il avait déjà dit au commercial. Anaïs instaure une règle simple : pas de passage de relais sans responsable nommé ni preuve de transmission.

01

02

03

04

05

06

07

Signal 4 sur 7 · dérive des prix

04 Signal 4 La dérive des prix

Vue de travail · exemple simplifié

Sans remise · prix 100 €

30 €

de marge

Coût 70 € · marge 30 €

÷ 2
la marge

Remise de 15 % · prix 85 €

15 €

de marge

Coût 70 € · marge 15 € · remise 15 €

Dans cet exemple, 15 % de remise divisent la marge en valeur par deux. Ce n'est pas le résultat net de l'entreprise, mais l'ordre de grandeur suffit à faire réfléchir.

Une remise se juge aussi à la marge qu'elle laisse.

Les risques

Des marges qui s'érodent

Une crédibilité affaiblie sur le marché

Des canaux de vente qui se font concurrence

Des partenaires mécontents

Ce que tu peux faire

Adopter une grille tarifaire unique

Réunir chaque mois un comité prix

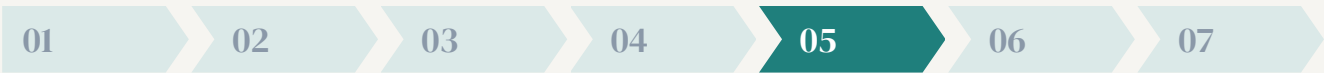
Faire valider les remises selon des seuils écrits

Former régulièrement l'équipe à la politique tarifaire

Chronique · 4 / 7

La remise de fin de trimestre

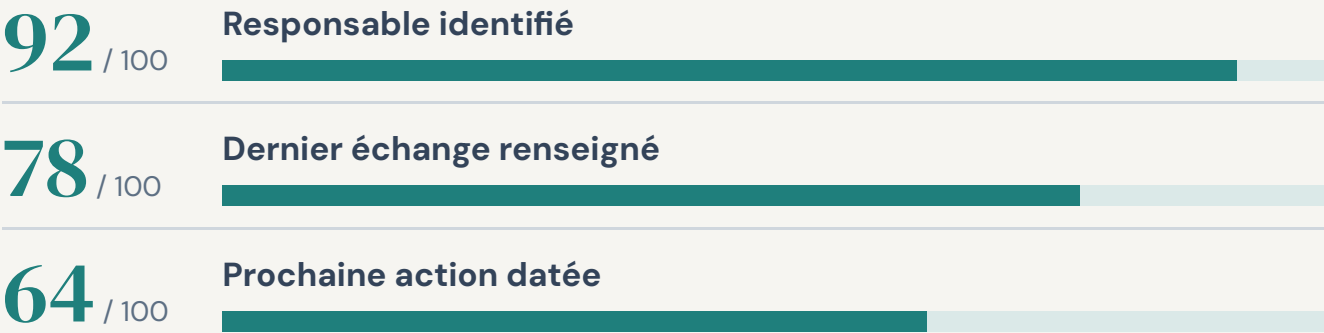
Fin de trimestre : plusieurs commerciaux demandent une remise « pour signer vite ». Anaïs demande, pour chacune, la marge qui reste. Les seuils de validation sont écrits la semaine suivante.



Signal 5 sur 7 • amnésie du CRM

05 *Signal 5* L'amnésie du CRM

Vue de travail • échantillon fictif de 100 opportunités



Un champ rempli n'est pas un champ juste : le taux de complétude ne prouve pas l'exactitude.

Les risques	Ce que tu peux faire
Un historique client perdu	Définir un minimum de champs obligatoires, pas plus
Une performance impossible à mesurer	Contrôler la qualité des données chaque mois
Des décisions prises sur des données fausses	Rendre visible l'usage du CRM dans les revues d'équipe
Une perte de temps commerciale permanente	Automatiser la collecte des données clés

Une donnée utile sert à décider, pas à remplir le CRM.

Chronique • 5 / 7

Le champ bien rempli

Les fiches du CRM semblent complètes. En revue, Anaïs pose une question sur un dossier : la date du dernier échange est fausse. Elle réduit les champs obligatoires et s'en sert chaque semaine pour décider.

01

02

03

04

05

06

07

Signal 6 sur 7 • démo éternelle

06 ^{Signal 6} La démo éternelle

Vue de travail • exemple fictif

Avant la démo

Besoin et cas d'usage partagés

Participants utiles identifiés

Critères de succès convenus

Démonstration

Après la démo

Adéquation confirmée ou écart explicite

Retour des participants consigné

Prochaine étape datée, avec un responsable

Sans résultat de validation ni prochaine étape, une nouvelle démo ne prouve pas que l'opportunité avance.

Une démo sert à valider quelque chose de précis.

Les risques

Des ressources bloquées sur des opportunités mortes

Un portefeuille gonflé artificiellement

Des équipes démotivées

Un budget marketing mal rentabilisé

Ce que tu peux faire

Standardiser le déroulé de la démo

Fixer des critères à remplir avant d'accepter une démo

Assurer un suivi systématique après chaque démo

Entraîner l'équipe à obtenir un engagement clair en fin de rendez-vous

Chronique • 6 / 7

Une démo de plus

Un prospect réclame une nouvelle démo. Anaïs demande ce que la précédente a validé. Personne ne sait répondre. La prochaine n'aura lieu qu'avec des critères de succès convenus avant.

01

02

03

04

05

06

07

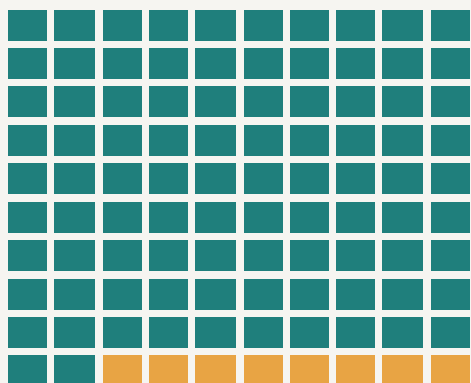
Signal 7 sur 7 • clients qui s'en vont

07

Signal 7

Les clients qui s'en vont

Vue de travail • cohorte fictive



8 % d'attrition

100 clients en début de période, 92 conservés. Les nouveaux clients ne sont pas comptés.

Croise les départs, l'usage et les incidents. Le NPS (la probabilité qu'un client te recommande) ne suffit pas seul.

Ce que tu peux faire

- 1 Mesurer la satisfaction en continu
- 2 Tenir une revue trimestrielle avec chaque client clé
- 3 Confier le suivi des comptes à une équipe qui anticipe
- 4 Automatiser la détection des signaux faibles : baisse d'usage, incidents répétés, interlocuteur qui change

Les risques

- Une attrition qui s'accélère
- Une réputation qui se dégrade
- Des revenus récurrents en baisse
- Des coûts d'acquisition jamais amortis

Prévenir un départ commence bien avant le renouvellement.

Chronique • 7 / 7

Le départ que l'on pouvait voir

Un client historique ne renouvelle pas. En relisant le dossier, Anaïs voit que l'usage baissait et que l'interlocuteur avait changé. Ferval instaure une revue trimestrielle avec chaque client clé.

Où en est ton équipe ?

Ces 7 signaux ne sont pas une fatalité. La vraie question n'est pas « as-tu ces problèmes ? » mais « combien te coûtent-ils chaque mois ? ». Vrai, 2 points ; en partie, 1 ; faux, 0.

		Vrai	En partie	Faux
1	Chaque opportunité du portefeuille a un dernier échange récent et une prochaine étape datée.	☐	☐	☐
2	Chaque lead a un responsable et il est traité dans le délai fixé.	☐	☐	☐
3	Chaque passage de relais entre services a un responsable et une preuve de transmission.	☐	☐	☐
4	Toute remise est validée selon des seuils écrits, en regardant la marge qu'elle laisse.	☐	☐	☐
5	Les données du CRM servent à décider en revue, pas seulement à remplir des champs.	☐	☐	☐
6	Aucune démo n'a lieu sans critères de succès convenus avant, ni sans prochaine étape après.	☐	☐	☐
7	Tu repères un client à risque avant qu'il annonce son départ.	☐	☐	☐

Lecture du score sur 14

12 à 14

Ton processus tient. Surveille les signaux à 1.

7 à 11

Des failles existent. Commence par le signal le plus bas, un seul à la fois.

0 à 6

Le processus freine la vente. Un diagnostic complet t'aidera à prioriser.

DIAGNOSTIC EN 4 SEMAINES

Pulse 360

Pulse 360 croise les indicateurs de performance et la perception de ton équipe pour trouver ce qui bloque vraiment derrière les symptômes.



SCANNER

QUATRE DIMENSIONS MESURÉES

1

Vision partagée

Le cap et les priorités sont-ils compris de tous ?

2

Collaborateurs alignés

Les compétences et la coopération permettent-elles d'agir ?

3

Fonctionnement optimal

Les processus, outils et rituels facilitent-ils le travail ?

4

Confiance et respect

Le dialogue permet-il de faire remonter les difficultés ?

Questionnaires, entretiens ciblés, analyse croisée, puis restitution collective. Tu repars avec un plan d'action à 30, 60 et 90 jours.

Startup

Scaleup-PME

Entreprise

keepgrowing.fr/pulse-audit-commercial

TROIS FAÇONS DE TRAVAILLER ENSEMBLE

Teach You

On forme ton équipe, elle applique.

Done With You

On construit avec toi, ton équipe garde la main.

Done For You

On prend le sujet en charge, tu décides.

KeepGrowing · Révélateur de Potentiel Commercial

Cabinet de transformation commerciale B2B fondé par David Zaoui, 25 ans de terrain, +120 diagnostics depuis 2022. Nos business partners sont tous d'anciens dirigeants ou directeurs commerciaux. Résultat client : Krys Group, +35 % de productivité commerciale.

hello@keepgrowing.fr · keepgrowing.fr

Powered by AI. Trained by Pros.

Sources. +120 diagnostics Keep Growing depuis 2022. Les vues de travail et les chiffres d'illustration de ce livre sont des exemples fictifs, jamais des résultats clients. Anaïs et Ferval sont fictifs. Toute la collection : keepgrowing.fr/livres-blancs-expertise-commerciale