



Le guide de l'IA pour les PME

Explorez des cas d'usage dans le marketing, les ventes et le service client pour voir comment des entreprises comme la vôtre tirent mieux profit de l'IA.

Numéro #00001528

Résumé Einstein
Le client avait une question sur le produit qu'il venait d'acheter.
Copier Enregistrer

Automatisation du parcours grâce à l'IA

Rédiger un e-mail avec Einstein
Raccourcis-le et utilise un ton moins formel.
Rechercher un modèle de prompts Nouveau message

Bar 1	Bar 2	Bar 3	Bar 4
10	25	40	60

Sommaire

Introduction	03
1. Cas d'usage de l'IA pour le marketing	04
1.1 Identifiez et atteignez votre public cible plus efficacement.....	05
1.2 Générez du contenu personnalisé plus rapidement.....	06
1.3 Adressez-vous à vos audiences au moment opportun	07
1.4 L'IA pour le marketing en action : l'histoire de Grammarly	08
2. Cas d'usage de l'IA pour les ventes	09
2.1 Éliminez la saisie de données et rationalisez les mises à jour CRM	10
2.2 Gagnez en productivité grâce à la prise de notes intelligente	11
2.3 Automatisez des tâches avec un assistant de vente dans votre flux de travail	12
2.4 L'IA pour les ventes en action : le témoignage de Crexi	14
3. Cas d'usage de l'IA pour le service client	15
3.1 Accélérez la résolution des tickets clients	16
3.2 Répondez aux demandes clients plus rapidement	17
3.3 Générez facilement des résumés de conversations et de demandes	18
3.4 L'IA pour le service client en action : l'exemple de MadeComfy.....	19
Conclusion	20



Introduction

Dans une récente [enquête auprès des CEO réalisée par Inc. et Salesforce](#), 91 % des CEO se sont déclarés optimistes sur le fait que l'intelligence artificielle (IA) sera bénéfique pour leur entreprise. Il est donc logique que [près de la moitié des PME](#) envisagent d'essayer différents outils d'IA très prochainement. Et la gestion de la relation client (CRM) est l'un des domaines où l'IA a un impact majeur.

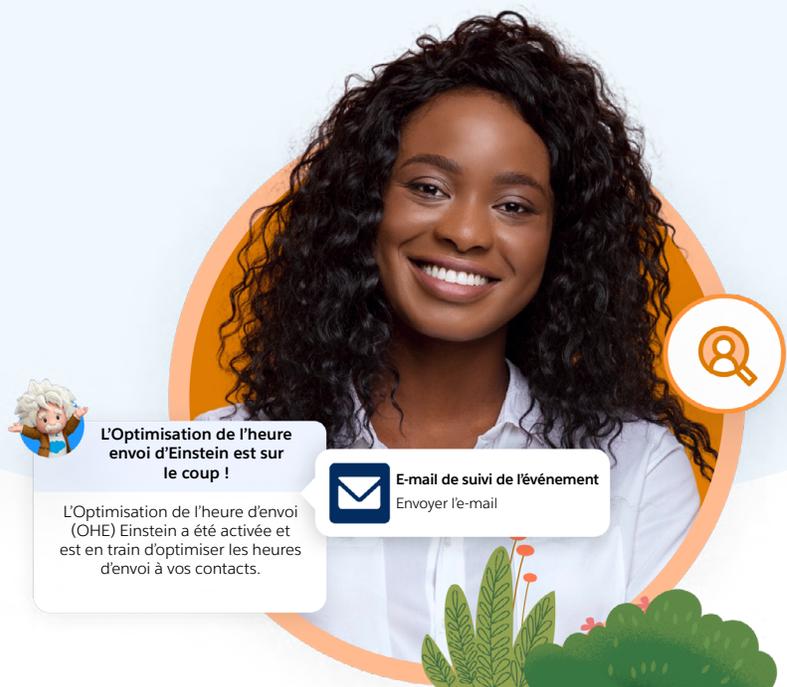
Dans ce guide, nous vous présentons des fonctionnalités IA que l'on trouve dans les CRM les plus sophistiqués et vous montrons comment elles peuvent aider vos équipes à gagner en productivité, en efficacité et à mieux gérer les nouvelles pistes commerciales (leads) au quotidien. Nous vous partagerons également des cas d'usage tirés de la pratique et des résultats obtenus par des petites et moyennes entreprises qui utilisent déjà l'IA pour **faire plus avec moins**.



Les 3 principaux cas d'usage de l'IA pour le marketing

L'IA est un outil puissant qui fournit les insights clés sur les clients dont vous avez besoin pour vendre plus efficacement et pour créer du contenu personnalisé qui trouve un écho auprès de votre audience. Maintenant, il est plus facile que jamais de découvrir de nouvelles pistes commerciales et d'entrer en relation avec les clients existants.

Commençons par explorer les instruments de marketing alimentés par l'IA qui vous aident à identifier des prospects et à communiquer avec eux.

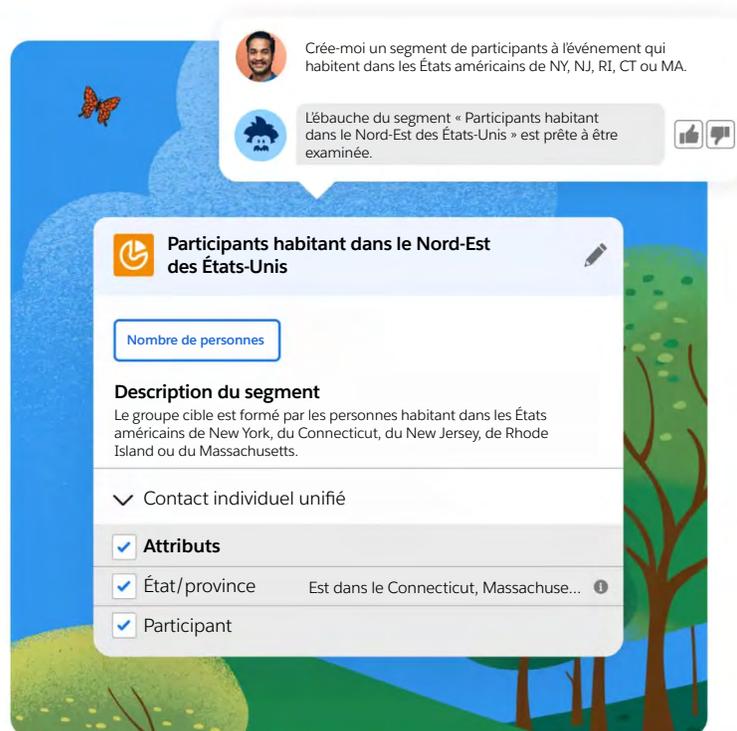


Identifiez et atteignez votre public cible plus efficacement

Avec un CRM qui propose des fonctionnalités de marketing, vous pouvez utiliser l'IA générative pour segmenter les audiences et lancer des campagnes pour les cibler efficacement.

Supposons que vous êtes un responsable marketing et que vous cherchez à atteindre de nouveaux clients. Avec une plateforme marketing alimentée par l'IA générative, tout ce que vous avez à faire est de décrire votre audience cible avec des mots simples et l'IA peut générer automatiquement un segment d'audience sur la base de vos données clients.

À partir de là, vous pouvez affiner votre description ou les attributs suggérés pour mieux définir votre groupe cible. Une fois que cela est fait, vous pouvez facilement lancer ce segment sur votre workflow natif ou sur une plateforme d'activation externe.



Générez du contenu personnalisé plus rapidement

Maintenant, vous savez à qui vous allez parler. Mais que voulez-vous leur dire ? L'IA peut aussi vous aider sur ce point. Elle peut générer des modèles ciblés pour les formulaires, les pages de destination et les e-mails – directement depuis votre plateforme d'automatisation du marketing.

Les avantages de l'IA générative vont sembler de plus en plus évidents à votre équipe lorsqu'elle passera seulement quelques minutes à revoir un texte préparé plutôt que des heures à l'écrire en partant de zéro.

En outre, au fur et à mesure que vous continuez d'interagir avec votre audience, l'IA collectera encore plus de données qui lui serviront de référence. Elles permettront d'optimiser les recommandations et d'améliorer les indicateurs clés de performance en matière d'engagement et de conversion.

J'aimerais envoyer un e-mail de suivi à tous les clients qui ont participé à l'événement en leur proposant de télécharger un livre blanc pour aller plus loin. Je veux cibler les participants à l'événement qui habitent dans les États américains de NY, NJ, RI, CT et MA.

L'e-mail aux participants du Nord-Est des États-Unis est prêt pour examen.

Copier Rédigir une variante Réduire la longueur

Très bien, j'ai préparé une nouvelle version plus courte.

E-mail de la campagne

salesforce

Chère/cher [nom du participant], j'espère que vous avez apprécié notre dernier événement et que vous l'avez trouvé enrichissant. Pour aller plus loin, nous vous suggérons de télécharger gratuitement un livre blanc sur le sujet.

Que vous souhaitiez développer votre expertise, rester au courant des dernières tendances ou approfondir vos connaissances d'un sujet spécifique, ce livre blanc sera votre parfait compagnon. Téléchargez-le maintenant et passez au niveau supérieur !

Adressez-vous à vos audiences au moment opportun

Vous savez à qui vous parlez. Vous savez ce que vous voulez dire. Il ne reste plus qu'à savoir quand le dire. Et ici aussi, l'IA peut être d'un grand recours.

Par exemple, quand vous envoyez un e-mail, l'IA peut utiliser l'historique des données d'engagement pour prédire quand chaque client a le plus de chances de cliquer. Cela vous permettra de devancer la concurrence et d'apparaître au sommet de la boîte de réception de vos clients au moment où ils sont le plus susceptibles de vous accorder leur attention.

En bref : moins de devinettes, plus de clics.





L'IA pour le marketing en action : l'histoire de Grammarly

Grammarly a augmenté de 80 % les passages à des abonnements supérieurs grâce à l'IA pour le marketing et les ventes.

Grammarly est un outil rédactionnel alimenté par l'IA auquel plus de 30 millions de personnes et 70 000 équipes font confiance, y compris 96 % de collaborateurs des entreprises du Fortune 500. Son but est d'aider ses clients à améliorer leurs textes tout en préservant leur confidentialité et leur sécurité.

Les équipes marketing de Grammarly passaient de longues heures à préparer des listes de mailing, mais de nombreuses pistes n'aboutissaient à rien, robots spammeurs et comptes mal qualifiés inclus. Les équipes de vente avaient besoin de meilleurs leads pour employer leur temps plus efficacement. Salesforce avait la solution. Pour surmonter ce défi et améliorer la qualité des leads, Grammarly a fait appel à Salesforce Marketing Cloud. Marketing Cloud utilise l'IA et les données clients pour vous aider à vous rapprocher de vos audiences de façon personnalisée à chaque point de contact marketing.

Plus spécifiquement, Grammarly s'est appuyé sur un outil d'automatisation de Salesforce appelé Marketing Cloud Account Engagement. Cette stratégie a fourni des pistes davantage qualifiées, 30 % de conversions en plus, 80 % de passages à un abonnement supérieur en plus, et des affaires conclues plus rapidement en seulement 30 jours.

Grammarly a aussi eu recours à la fonctionnalité Optimisation de l'heure d'envoi Einstein pour développer automatiquement des listes d'e-mails et prédire le meilleur moment pour les envoyer aux prospects. Et maintenant, le taux de désabonnement n'est que de 0,04 %, une faible valeur comparée aux 2 % du secteur en moyenne.

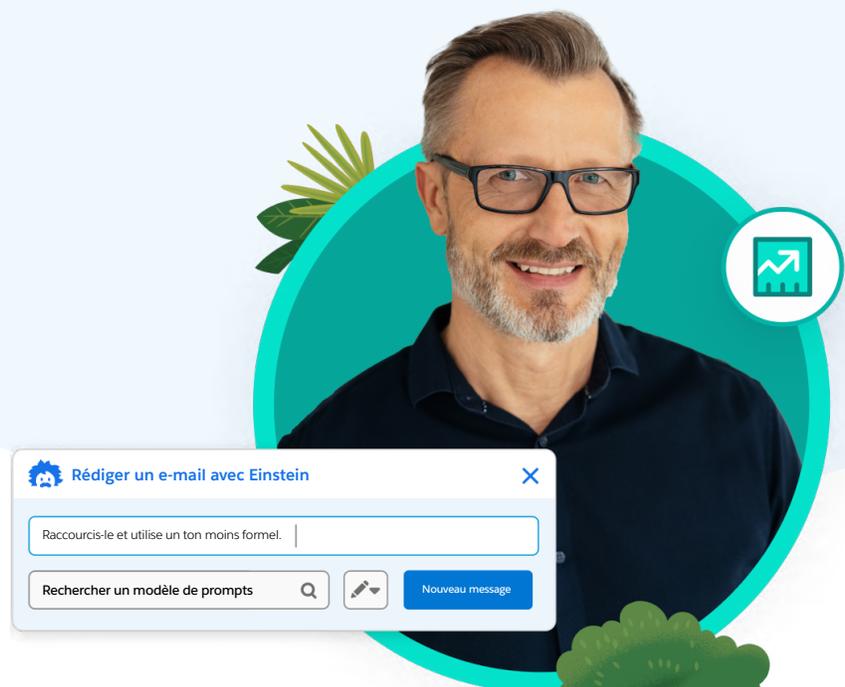
[Lire le témoignage complet ici >](#)



Les 3 principaux cas d'usage de l'IA pour les ventes

L'IA est aussi capable de changer la donne dans vos équipes de vente. Les représentants commerciaux passent [70 % de leur temps](#) sur des activités qui ne sont pas liées à la vente, comme faire le tri parmi les leads et élaborer des e-mails personnalisés.

Heureusement, les outils d'IA peuvent automatiser ces tâches, ce qui aide toute votre équipe commerciale à travailler plus rapidement et plus intelligemment. Des statistiques récentes ont montré que [83 % des équipes de vente s'appuyant sur l'IA](#) ont vu leur chiffre d'affaires augmenter cette année, contre 66 % pour celles qui n'utilisent pas l'IA. Regardons maintenant de plus près ces outils qui font la différence.

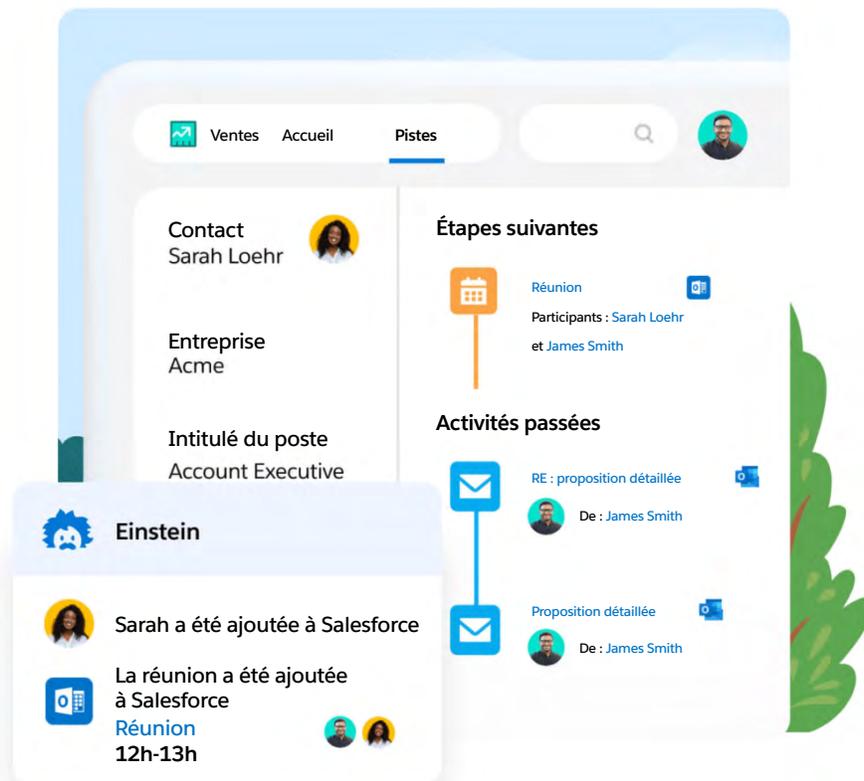


Éliminez la saisie de données et rationalisez les mises à jour CRM

Si vous êtes représentant commercial, vous savez que la saisie des données est une tâche nécessaire, mais répétitive. Avec l'IA, vous pouvez éliminer la saisie manuelle des données en capturant automatiquement les données de vente et en mettant à jour votre CRM. Cela vous donnera les insights dont vous avez besoin pour conclure les affaires plus rapidement et vous donnera du temps pour vous concentrer sur le développement d'une relation plus forte avec les clients.

Au fur et à mesure de votre avancée dans le processus de vente, l'IA saisit toutes les données pertinentes à partir des interactions avec le client, y compris les appels, les e-mails et les messages. Par exemple, si vous contactez un lead par e-mail, l'IA crée automatiquement un nouvel enregistrement dans votre CRM et le met à jour avec un résumé de l'e-mail correspondant.

Au fil de la progression de l'affaire, l'IA accompagne chaque étape, ajoutant la transcription des appels et créant des notes. Cela permet à toute votre équipe de gagner du temps et garantit que rien ne passe à travers les mailles du filet dans le processus de vente. Elle organise et prépare également les données de sorte à maximiser la capacité de l'IA à analyser le comportement, à signaler les risques liés à la transaction et à identifier les prochaines étapes.

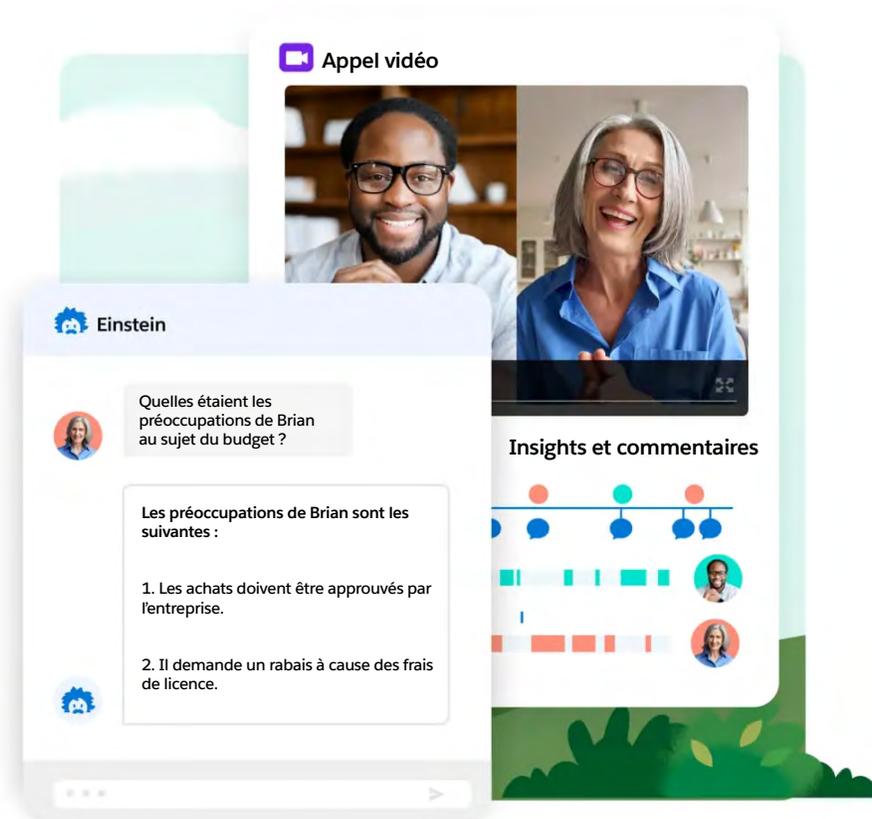


Gagnez en productivité grâce à la prise de notes intelligente

À chaque fois que vous passez un appel commercial, vous devez saisir immédiatement les informations essentielles. Mais il est difficile de documenter ces détails à la main à ce moment-là et ils peuvent facilement se perdre dans la masse. Même si l'appel est enregistré, réécouter l'intégralité de l'appel demande du temps que vous n'avez pas.

C'est là que l'IA peut faire le plus gros du travail. Pendant un appel commercial, vous pouvez utiliser l'IA pour prendre des notes détaillées afin de vous concentrer sur votre client. Ensuite, l'IA transcrira les appels commerciaux sous forme de résumés structurés et identifiera les moments clés et les prochaines actions prioritaires.

Supposons maintenant que vous souhaitez effectuer le suivi de cet appel, mais que le client prend du temps pour répondre. Lorsqu'il fait finalement sa réapparition, il n'est plus nécessaire d'essayer de se remémorer la conversation. En quelques secondes, l'IA fournit toutes les informations pertinentes dont vous avez besoin pour appeler le client, avec un pitch personnalisé prêt à l'emploi.



Automatisez des tâches avec un assistant de vente dans votre flux de travail

Mettre toutes les données nécessaires entre les mains de votre équipe n'est que le début. En utilisant vos données clients, l'IA peut aussi faire office d'assistant personnel ou, comme nous l'appelons, être votre copilote.

Les copilotes constituent la phase suivante de l'innovation IA, où vous dites simplement à l'IA ce qu'elle doit faire pour vous, au cours de votre flux de travail. Ils aident les commerciaux à travailler plus vite, à obtenir de meilleurs insights sur leurs affaires, à accéder rapidement aux informations et à accélérer les cycles de vente.

Ainsi, au lieu de naviguer jusqu'à un outil d'IA déconnecté de leur CRM, ils n'ont qu'à ouvrir leur copilote et lui demander des tâches telles que :

- Créer un plan de clôture personnalisé
- Générer des e-mails
- Apporter de l'aide dans la préparation des réunions et du suivi
- Automatiser la prise de notes
- Trouver des insights sur les opportunités du pipeline commercial
- Fournir des prévisions et des conseils

Tout cela signifie qu'avec votre équipe, vous pouvez consacrer plus de temps au développement des relations avec les clients et moins devant des écrans à trier des données.

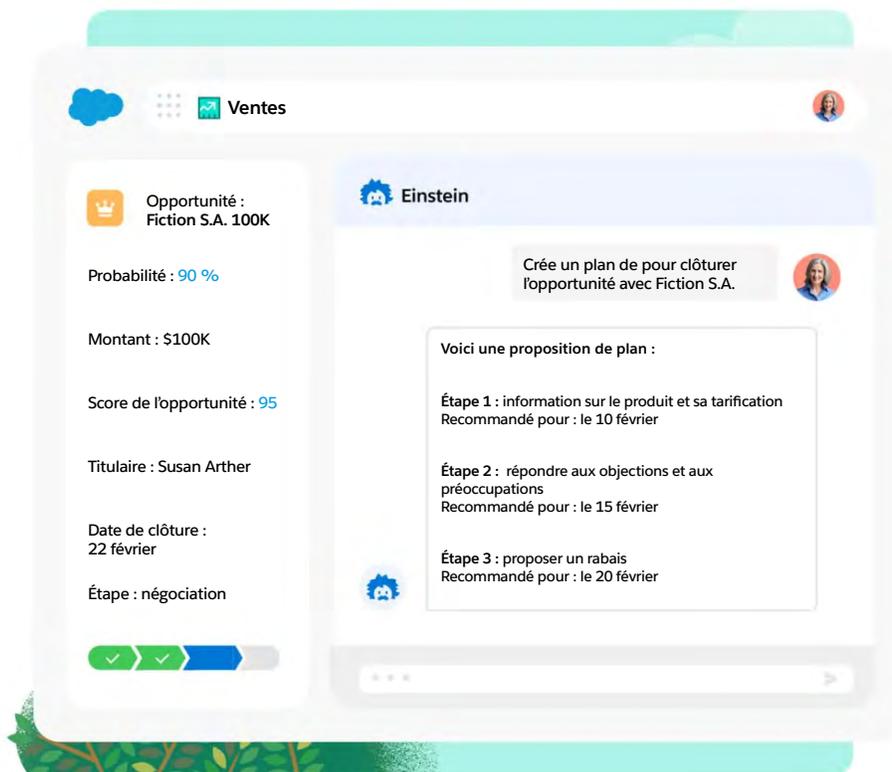
Imaginez que vous êtes le représentant commercial d'une marque d'équipement pour les activités en plein air et que vous voulez identifier vos trois pistes les plus prometteuses. Il y a juste quelques années, cela aurait pris des heures. Mais avec un copilote IA, ce travail est fait en quelques minutes. La qualité des prospects peut rapidement être estimée en repérant les nouvelles récentes de l'entreprise, par exemple si elle prévoit d'investir dans de nouveaux marchés ou d'élargir son portefeuille de produits.

Supposons maintenant que vous voulez envoyer un e-mail à ce client pour lui signaler le lancement d'un nouveau sac de couchage. Il vous suffit d'écrire un prompt dans votre CRM, en langage naturel, par exemple : « Écris un e-mail à Richard Reed pour lui présenter notre nouvelle gamme de sacs de couchage. » L'IA se basera sur les enregistrements consacrés à Richard Reed, verra ce qui a bien fonctionné avec lui jusqu'à présent et, en quelques secondes, préparera un e-mail avec les plus récentes informations sur le produit tout en faisant référence aux interactions précédentes.



Ensuite, lorsqu'il est prêt à passer à l'achat, le copilote peut suggérer des heures de rencontre optimales sur la base de ses préférences, générer une liste de tâches, marquer l'affaire comme étant conclue et mettre à jour l'opportunité.

C'est là toute la puissance d'un copilote unique qui exploite les données de vos clients et de vos ventes pour soutenir votre équipe.





L'IA pour les ventes en action : le témoignage de Crexi

Chez Crexi, les représentants commerciaux gagnent cinq heures par jour en moyenne avec l'IA pour les ventes.

Crexi, une place de marché pour l'immobilier commercial, était confrontée au fait que les équipes de vente passaient trop de temps à effectuer des tâches manuelles, comme la rédaction d'e-mails et de résumés d'appels ainsi que les recherches sur les clients. Il leur restait peu de temps pour des tâches cruciales telles que le développement des relations et les conversations visant à générer des revenus. C'est pour cela que l'entreprise s'est tournée vers l'IA générative de Salesforce Sales Cloud.

Sales Cloud est une plateforme CRM complète pour la vente qui aide les équipes commerciales à gérer tous les aspects opérationnels, depuis la stratégie jusqu'au développement des prospects en passant par la conclusion des affaires et l'augmentation des revenus. En utilisant Einstein dans Sales Cloud, Crexi a pu simplifier ses processus de vente sans compromettre les données des clients.

Maintenant, les équipes commerciales obtiennent rapidement des insights générés par l'IA à propos des clients et des résumés d'appels concis, ce qui les aide à ajuster leur stratégie et à maintenir une communication cohérente. Des outils IA tels que Next Best Action fournissent également des recommandations de suivi personnalisées, permettant ainsi de répondre aux prospects plus rapidement et avec plus de précision.

En conséquence, les processus de vente de Crexi ont été grandement améliorés. Les insights IA des commerciaux les plus performants optimisent la stratégie de vente globale et permettent aux équipes d'économiser en moyenne cinq heures par jour. Désormais, elles peuvent se concentrer sur le développement de relations plus solides avec les prospects et les clients, pour des retombées plus fructueuses.

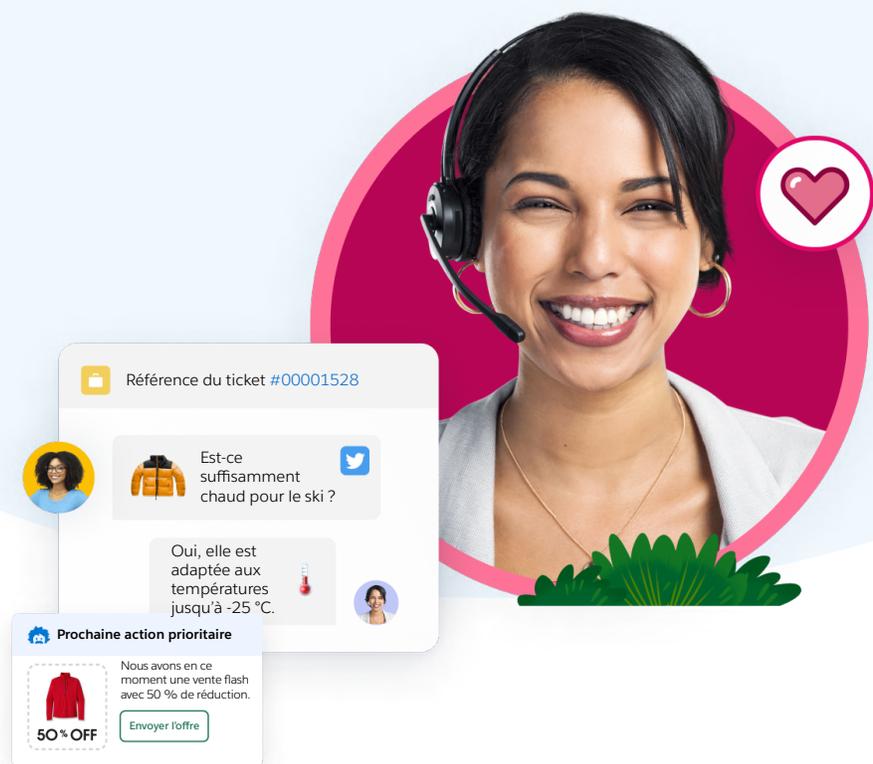
[Lire le témoignage complet ici >](#)



Les 3 principaux cas d'usage de l'IA pour le service client

Les attentes des clients sont plus grandes que jamais, avec [72 % d'entre eux](#) restant fidèles aux entreprises qui offrent un service rapide. Dans le même temps, [69 % des agents du service client](#) trouvent qu'il est difficile de concilier vitesse et qualité.

Comment tenir compte de ces deux réalités ? L'IA peut aider les équipes du service client à faire plus avec moins.



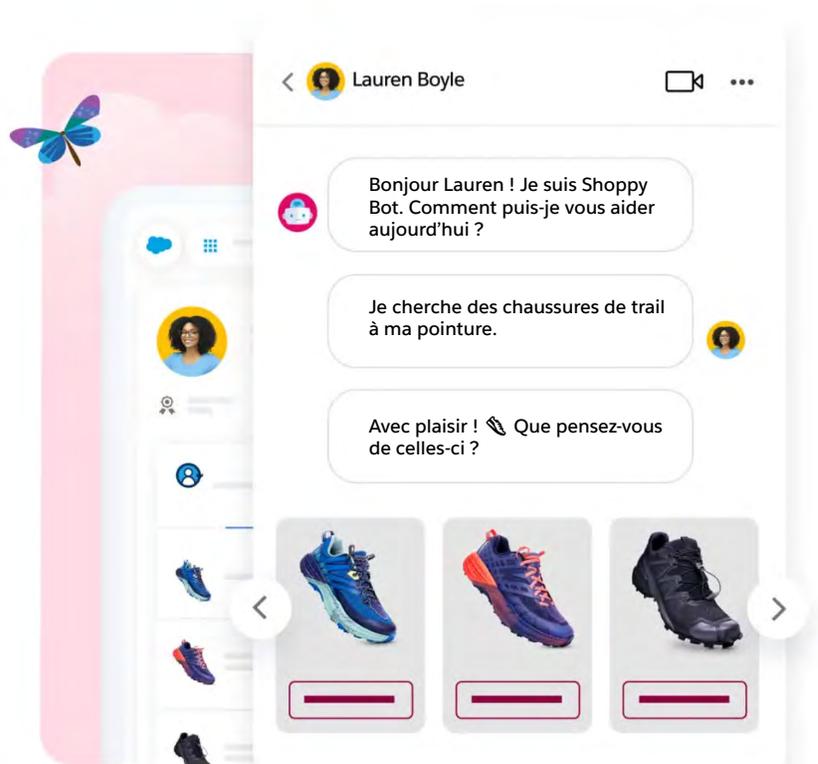
Accélérez la résolution des tickets clients

L'IA peut être une assistante précieuse pour les équipes du service client, rationalisant les processus de travail et améliorant la productivité des agents.

Supposons que vous êtes un représentant commercial. Jusqu'à présent, vous avez passé une grande partie de votre temps à traiter des requêtes plutôt simples. Cependant, l'IA peut s'occuper de ces cas, ce qui réduira le nombre de tickets que vous avez à traiter vous-même. Voici à quoi cela ressemble :

Les clients discutent avec un bot IA pour résoudre les demandes les plus simples. Il en résulte une expérience conviviale, fluide et très efficace.

Ce n'est que lorsque les besoins du client dépassent les capacités du bot IA que ce dernier est transféré vers vous, l'agent humain. À ce moment, vous pouvez voir l'entièreté de la conversation qu'il a déjà eue avec le bot et les actions qui ont déjà été entreprises.



Répondez aux demandes clients plus rapidement

Même lorsque la demande est entre vos mains, l'IA apporte sa contribution. Elle est encore là pour vous assister dans la recherche et la détermination de solutions potentielles, sur la base des articles de connaissances et des ressources de votre CRM.

Lorsque vous demandez à l'IA de vous aider pour une requête spécifique, elle vous fournit les informations dont vous avez besoin directement dans votre console. Elle vous fournit alors une liste d'articles de connaissances recommandés que vous pouvez consulter. Elle précise également leur pertinence pour la résolution de votre cas.

Et lorsque vous avez trouvé le bon article, l'IA peut générer d'elle-même une réponse personnalisée par e-mail, que vous pouvez ensuite peaufiner avant de l'envoyer au client. Elle peut même détecter une augmentation de la négativité, proposer des conseils pour désamorcer la situation et avertir un superviseur pour demander des options de résolution supplémentaires.

The screenshot displays a CRM interface with the following elements:

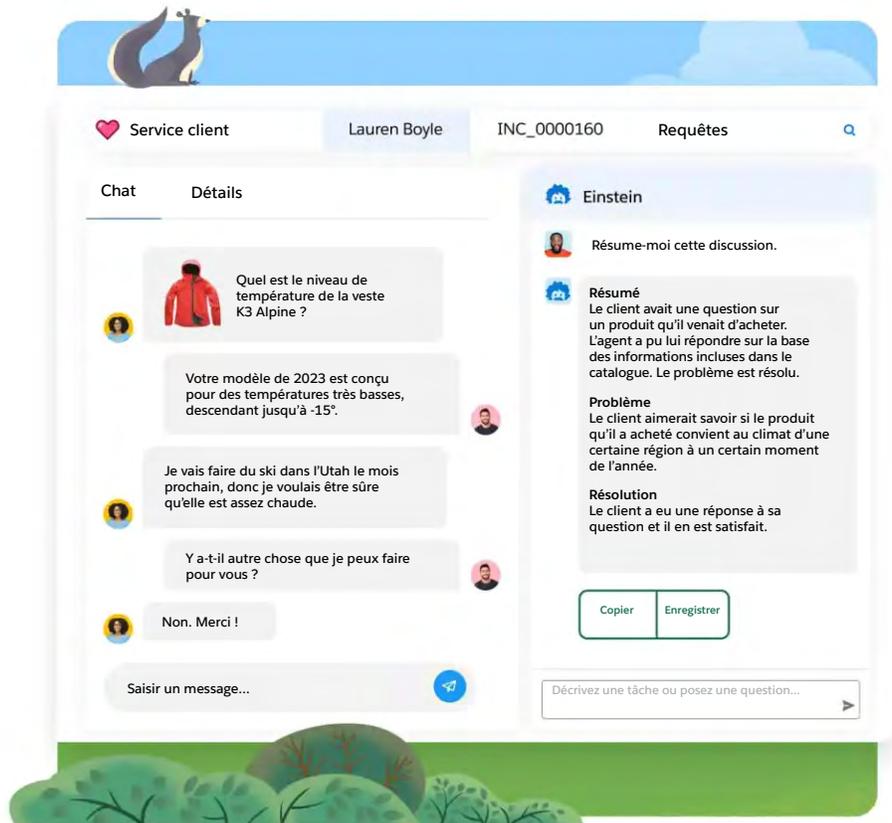
- Service client** header.
- Client** section showing the profile of **Lauren Boyle** with fields for **Téléphone** and **Email**.
- Prochaine action prioritaire** notification: "Nous avons en ce moment une vente flash avec 50 % de réduction." with a **50% OFF** badge and an **Envoyer l'offre** button.
- E-mail basé sur les connaissances** panel:
 - Veste K3 Alpine : niveau de température**
 - Text: "La K3 Alpine est une veste haute performance adaptée aux températures très basses. Son niveau de température varie en fonction de l'année du modèle. Le modèle de 2013 se porte sous des températures allant jusqu'à -15°."
 - Source: **Source article de connaissances : help.nto.com**
 - Buttons: **Enregistrer le brouillon** and **Envoyer**
- Notre histoire** button at the bottom left.
- Détails** tab selected, showing:
 - Objet**: Veste K3 Alpine
 - Description**: Est-ce que la veste K3 Alpine est appropriée pour faire du ski dans l'Utah ?
 - Informations sur la requête** section:
 - Nom**: Debbie Vaughn
 - Chargé de compte**: **Tim Bowden**
 - Nom du compte**: Acme Partners
 - E-mail**: debbie.acme.co
 - Titre**: [empty]
 - Téléphone**: [empty]

Générez facilement des résumés de conversations et de demandes

Une fois que tout a été dit et fait, vous devrez consigner le dossier. L'IA générative peut préparer automatiquement des résumés sur la base des données de la requête et de l'historique, et les enregistrer directement dans le profil du client afin de faciliter les futures interactions et de mieux guider les réponses.

Outre le gain de temps, les équipes opérationnelles peuvent analyser les dossiers et créer des articles de connaissances ou de nouveaux processus de travail afin d'améliorer continuellement la qualité du service.

Lorsque vous clôturez les requêtes, vous pouvez même utiliser l'IA générative pour créer et envoyer des enquêtes de satisfaction aux clients, et ensuite obtenir un résumé des réponses à ces enquêtes.





L'IA pour le service client en action : l'exemple de MadeComfy

En moyenne, 41 % des requêtes effectuées quotidiennement sur le chat de MadeComfy sont résolues par des bots IA sans intervention humaine.

MadeComfy, une entreprise s'occupant de la gestion de locations de courte durée, avait besoin d'améliorer son système de communication avec ses hôtes. Service Cloud de Salesforce lui a permis d'intégrer les données des systèmes de tickets et de réservation, entre autres, et de consolider et d'améliorer les interactions avec les clients au niveau de tous les points de contact. Et l'IA a joué un grand rôle dans cette transformation.

Service Cloud est une plateforme complète alimentée par l'IA qui transforme la façon avec laquelle les équipes du service client apportent de la valeur, du centre de contact jusqu'au terrain. Avec Einstein for Service, MadeComfy a mis en place des bots IA pour gérer les questions les plus courantes. L'entreprise a pu automatiser ses réponses aux requêtes classiques, de sorte que 41 % des requêtes par chat sont résolues sans l'intervention d'un agent humain. Cette automatisation permet maintenant aux équipes de se concentrer sur des problèmes plus complexes et d'améliorer l'efficacité du service client dans son ensemble.

Einstein for Service soutient également les équipes du service client de MadeComfy en générant des résumés concis des interactions qui sont ensuite enregistrés dans le profil des clients. Cette fonctionnalité garantit la cohérence de la communication et aide les agents à prendre rapidement connaissance de l'historique de la requête et du client afin de fournir un service de grande qualité.

[Lire le témoignage complet ici >](#)



Conclusion

L'IA est bien placée pour renforcer la productivité des PME sur toute la ligne, du marketing à la vente en passant par le service client. Et si votre IA est intégrée dans votre CRM, vous ne perdrez jamais de temps à jongler entre les onglets. Tout ce dont nous avons parlé peut être fait sur une seule plateforme qui vous fournit tout ce dont vous avez besoin pour :

- Atteindre votre audience cible avec le bon message au bon moment
- Permettre à vos équipes de vente de conclure plus d'affaires, plus rapidement et plus intelligemment
- Clôturer les requêtes efficacement et donner les moyens à vos clients de trouver les réponses par eux-mêmes

Pour commencer à construire votre avenir avec l'IA dès maintenant, consultez ces ressources et ces cas d'usage :

Marketing



En savoir plus sur la façon d'utiliser l'IA dans le marketing.

[Lire le rapport](#)

[Regarder la démo](#)

Ventes



Apprenez-en plus sur les solutions pilotées par l'IA pour les ventes.

[Télécharger le guide](#)

[Regarder la démo](#)

Service client



Découvrez comment l'IA transforme l'assistance client.

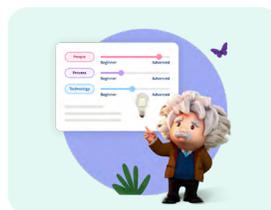
[Lire le rapport](#)

[Regarder la démo](#)



Explorez plus de cas d'usage de l'IA par secteur.

[Explorer](#)



Découvrez si vous êtes prêt à déployer l'IA à l'aide de notre outil d'évaluation.

[Commencer](#)



Les renseignements du présent rapport sont fournis uniquement à des fins de commodité pour nos clients et sont communiqués à titre informatif. Leur publication par Salesforce, Inc. ne reflète pas nécessairement son point de vue. Salesforce ne garantit pas l'exactitude ni l'exhaustivité de tout renseignement, texte, élément graphique, lien ou autre élément contenu dans le présent guide. Salesforce ne garantit pas l'obtention de résultats spécifiques en suivant les conseils fournis dans ce rapport. Nous vous recommandons de vous adresser à un spécialiste (avocat, comptable, architecte, consultant ou ingénieur) pour obtenir des conseils précis et adaptés à votre situation.