



9 PME créent un Club de l'innovation commerciale

Partant du principe que l'union fait la force, depuis janvier, des entreprises aux activités complémentaires croisent leurs compétences et ouvrent leurs bonnes pratiques à l'ensemble des membres de leur association. Ainsi qu'au reste du monde !

Prenez neuf petites entreprises spécialisées dans les thématiques commerciales et marketing. La vente, c'est leur métier. Autant dire qu'elles sont en mesure d'identifier et de faire fructifier des initiatives génératrices de business. Elles pourraient donc se contenter d'appliquer leurs recettes dans leur coin. Que nenni. Elles se sont regroupées au sein du Club de l'innovation commerciale, une association lancée en janvier dernier. Ses membres : Ines (éditeur de CRM), Iko system (intelligence sur les réseaux sociaux), Corporama (annuaire d'entreprises), CCLD (recrutement de commerciaux), Webmecanik (solution de gestion marketing), Valorus (agence de communication), Jack in the box (expert de la proposition commerciale et de la réponse à appel d'offres), Booster Academy (formation commerciale) et Webleads Tracker (web tracking). Au programme, des réunions mensuelles au cours desquelles sont décidées des actions d'échange et de valorisation de bonnes pratiques commerciales qui ont été imaginées et testées par les entreprises elles-mêmes. Le relais principal est leur site Innovation-commerciale.com où figurent des cas concrets, comme



des conseils pour trouver et mettre en place des méthodes de prospection efficaces destinées à soutenir une force de vente en difficulté. Outre ces entreprises, des experts interviennent sur cet espace, apportant leurs connaissances et points de vue. « C'est un modèle d'innovation et de travail ouvert », analyse l'un des membres, Hervé Gonay, président fondateur de Webleads Tracker, qui souligne l'intégration de forums sur le site. Impliqué et convaincu du potentiel de leur démarche, il investit 20 % de son budget marketing dans le club, à l'instar de ses partenaires. Première dépense : deux conférences en 2013 (en avril et en fin d'année) auxquelles sont conviés les gros clients des membres, des prospects, des spé-

« Notre club devrait avoir un retentissement sur le marché car nous apportons une vision nouvelle, riche de nos compétences croisées, qui promeut de nouveaux usages et facilite leur adoption. »

Hervé Gonay, président fondateur, Webleads Tracker

cialistes et des personnalités issues du monde de l'entreprise. Un magazine web reprendra ces discussions et offrira un support supplémentaire aux contributions des experts et des membres.

Des retombées à double niveau

« Notre club devrait avoir un retentissement sur le marché, prédit Hervé Gonay, dans la mesure où nous apportons une vision nouvelle, riche de nos compétences croisées, qui promeut de nouveaux usages et facilite leur adoption. » Les membres n'oublient pas de tirer un profit commercial des uns et des autres. Ainsi, l'éditeur de CRM Ines intègre dans son outil le système d'identification de leads sur Internet GetPlus de Webleads Tracker. Qui

Le Club de l'innovation commerciale

> Activité

Développement commercial et marketing

> Zone géographique

Toute la France

> Nombre de membres

9 entreprises de 4 à 30 salariés, avec un CA de 500 k€ à 5 M€

> Date de création

Janvier 2013

collabore avec l'annuaire d'entreprises Corporama pour qualifier les fiches de contact de clients potentiels. Et Booster Academy se charge de former les commerciaux à l'utilisation du logiciel dans une optique de prospection. « Ensemble, nous sommes plus puissants pour proposer des idées parmi lesquelles les entrepreneurs peuvent piocher mais aussi pour vendre, par la même occasion, nos solutions », assure le dirigeant. En 2014, d'autres sociétés pourraient venir gonfler les rangs du club. ■