

Les 5 secrets

pour vendre aux PME



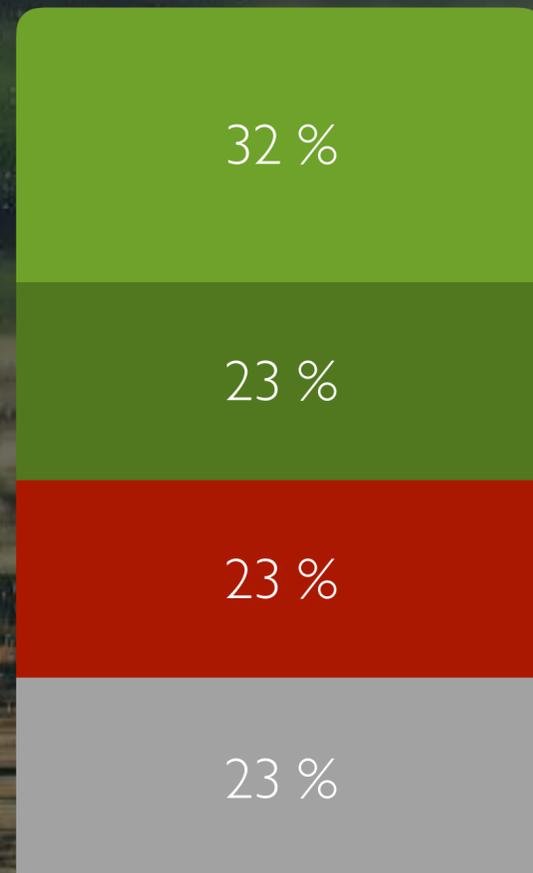
# Les PME ?

10-250 salariés : 140 000  
dont 66 000 PME B2B  
32% exportent, 14% ont une  
activité internationale.



# Le marché des PME

## Répartition des budgets



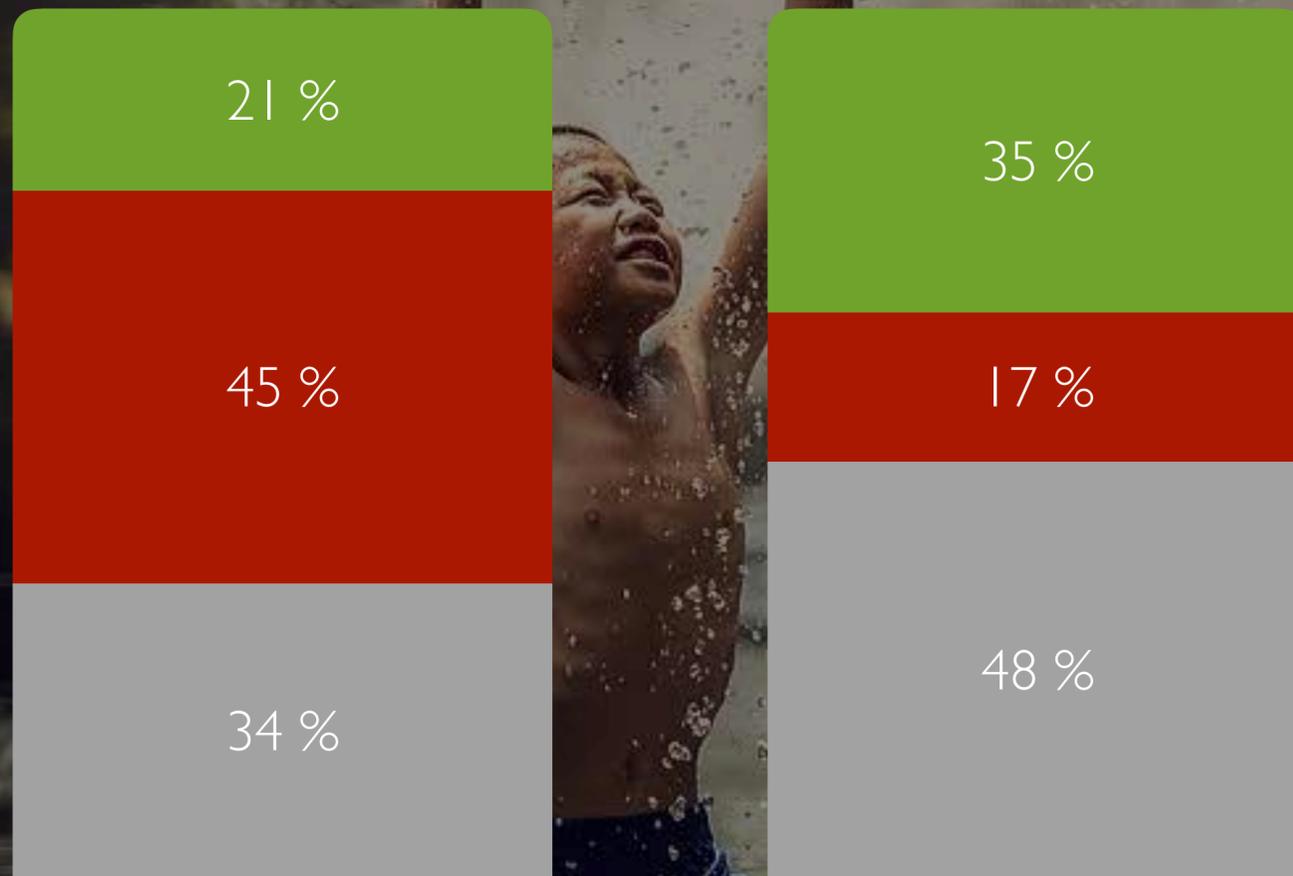
Budgets (VA) \*

\* Statistiques INSEE (répartition de la valeur ajoutée en 2016).

# La PME, difficile à attraper ?

## Quels marchés attaquent les entreprises de croissance ?

- Grandes Entreprises
- PME
- TPE



Marché/benchmark \*\* Champions de la croissance \*

\* Étude Sidetrade Juin 2019 sur 37.000 entreprises B2B.

\*\* "Champions de la croissance" par Statista & Les Echos" (250 entreprises B2B analysées par Sidetrade).

# Les erreurs classiques



Une solution inadaptée/complexe

Problème de pricing

Une machine d'acquisition trop faible

Pas d'approche verticale

Attaquer un persona sans pouvoir/budget

Mécomprendre son persona



# Secret #1 : Attaquer le PDG

Impliqué dans >70% des décisions d'achat

## PROFIL & LEVIERS PSYCHOLOGIQUES\*

79% cherchent à “disrupter” leur secteur

75% se sentent mal entourés

45% se sentent seuls

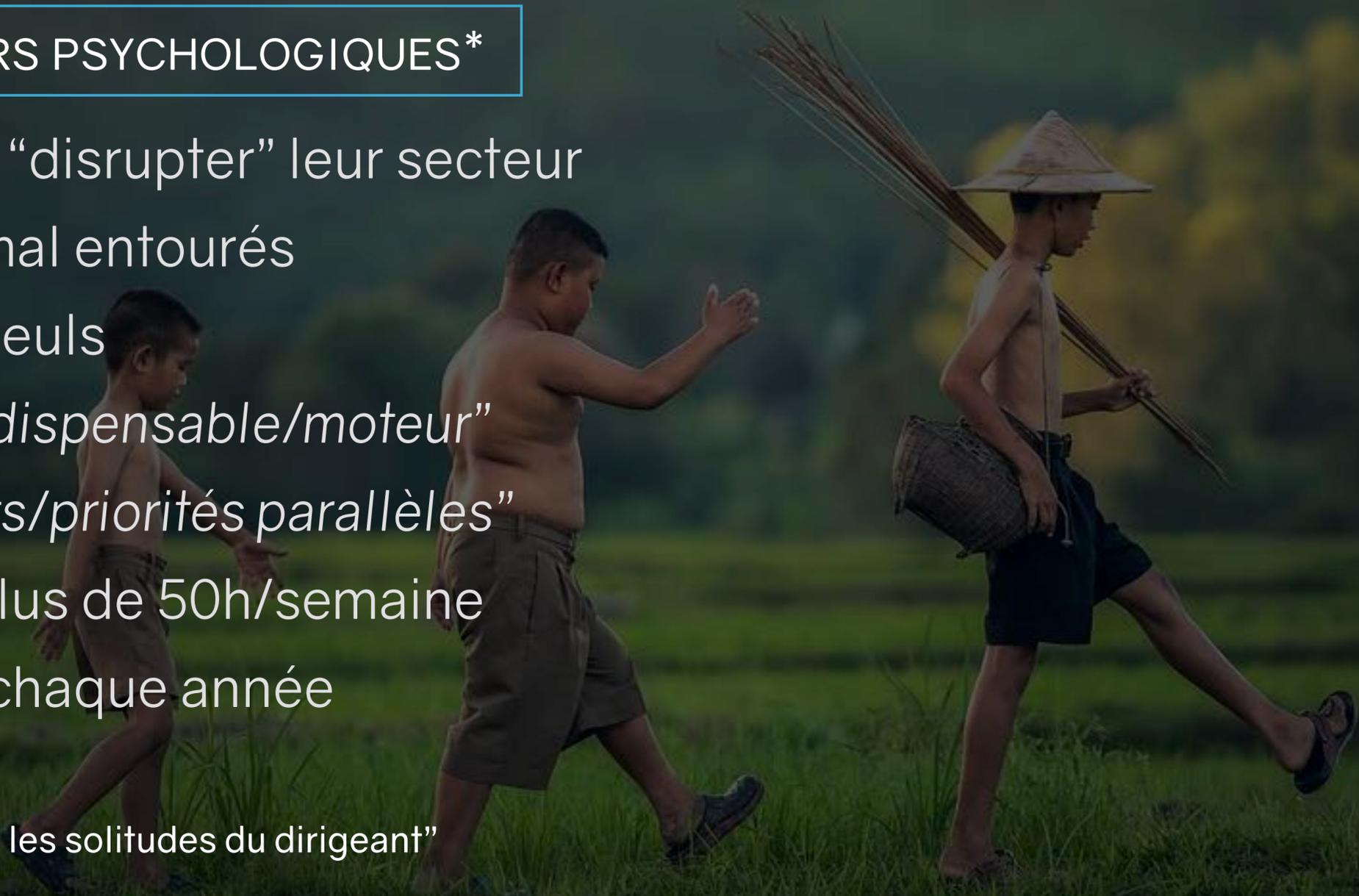
*“Je me sens indispensable/moteur”*

*“Trop de sujets/priorités parallèles”*

72% travaillent plus de 50h/semaine

68% se forment chaque année

\* Étude BPI 2017 “Vaincre les solitudes du dirigeant”



# Secret #1 : Attaquer le PDG

## OBSTRACLES DANS LA VENTE \*

84% Difficile à joindre

35% Trop d'autres sujets

31% Méfiant

21% Ne veut pas traiter



\* "Le livre des Buyer's Personas", Sidetrade 2018 auprès de 430 directeurs commerciaux.

# Secret #2 : Les priorités du moment

## LES 3 PRIORITÉS DU PDG DE PME (\*)

Augmenter les parts de marché

53%

Faire de l'innovation (produit/process)

47%

Attaquer de nouveaux marchés

32%



\* "Le livre des Buyer's Personas", Sidetrade 2018 auprès de 430 directeurs commerciaux.

# Secret #3 : Une offre simple



55% des échecs sont dûs à une inadéquation produit/marché. \*

## PEURS DU PDG DE PME \*\*

Risque opérationnel (RH, trésorerie, ventes...)

Réputation (marque, attaque IT, procès...)

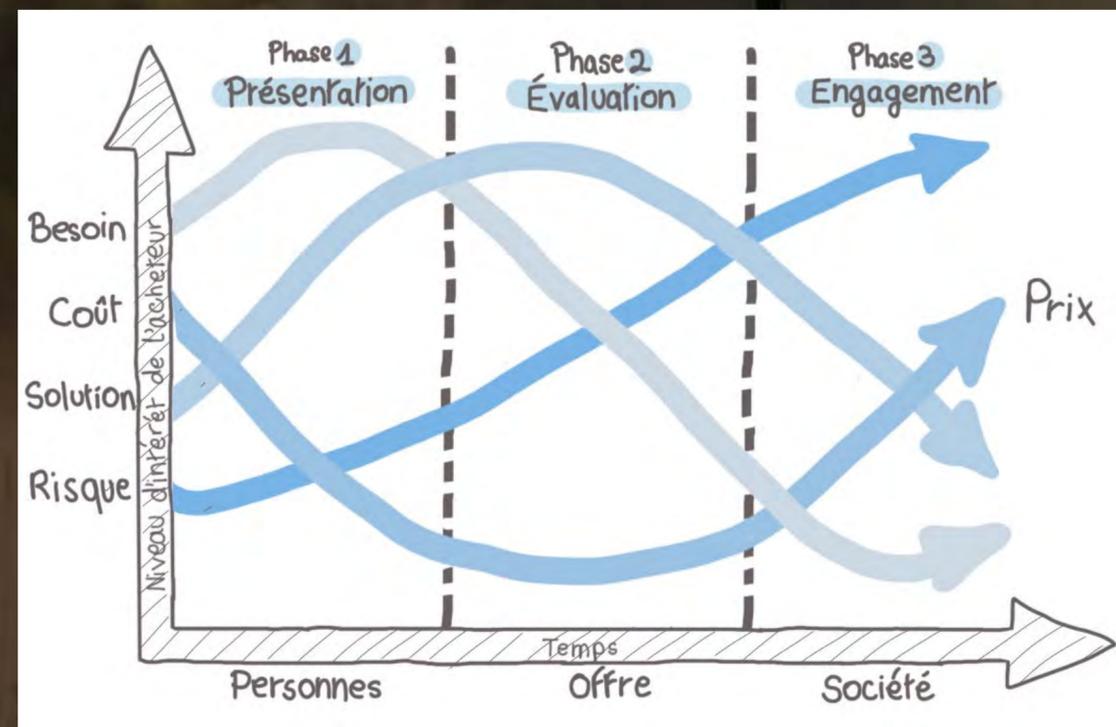
Rupture techno (concurrence, disruption)

\* CB Insights post-mortem analysis on 178 companies.

\*\* "Le livre des Buyer's Personas", Sidetrade 2018

# Secret #4 : Un cycle de vente court

Garder une vente simple (champion/décideur)  
Rapide (le taux de closing chute après 30 jours)  
Pricing “land & expand”  
Bien traiter la “perception du risque”



\* extrait du livre “Les nouvelles machines de guerre commerciales”



# Secret #5 : Une machine d'acquisition

## MEILLEURS CANAUX D'APPROCHE DU PDG \*

Prospection directe (tél, email)

40%

Associations professionnelles

35%

Salons professionnels

21%

Contenus marketing

17%



\* Persona PDG sondage Sidertrade 2018 auprès de 430 directeurs commerciaux.



### PDG : leviers psychologiques et prospection

**PROFIL**  
 S'il y a une obsession pour la conquête, le PDG est sévère par la multitude de risques (opérationnel, légal, concurrence...) auxquels il fait face. Il se sent isolé et a une confiance limitée en ses managers. Il travaille plus de 50h par semaine, est absent des réseaux sociaux et se forme chaque année. Il réagit très bien à la prospection si elle adresse ses priorités : conquête, process interne, concurrence, innovation, développement personnel.

**OBSTACLES**  
 64% Difficile à joindre 35% Trop d'emails jugés  
 31% Méfiant 21% Ne veut pas parler

**MEILLEURS CANAUX**  
 Prospection directe (47%)  
 Associations professionnelles (20%)  
 Salons professionnels (18%)  
 LinkedIn (17%)  
 Conférences marketing (12%)

**PEURS**  
 Réussir opérationnel (RR, trésorerie, ventes...)  
 Réussir financièrement (concurrence, disjonction)  
 Réputation (marque, attaque IT, procès...)

**CONVERSIONS**  
 En moyenne, 22% des PDG répondent aux demandes de rendez-vous et 1/3 des réponses sont positives.

**LEVIERS PSYCHOLOGIQUES**  
 Trop de sujets/priorités parallèles  
 Se sentent indispensables/moteurs  
 45% se sentent seuls  
 70% se sentent mal entourés  
 72% travaillent plus de 50h/semaine  
 68% se forment chaque année  
 76% cherchent à "disrupter" leur secteur

**PRIORITES**  
 Augmenter les ventes et revenus  
 Faire de l'innovation (produit/processus)  
 Attirer de nouveaux marchés

**LEVIERS PSYCHOLOGIQUES**  
 Trop de sujets/priorités parallèles  
 Se sentent indispensables/moteurs  
 45% se sentent seuls  
 70% se sentent mal entourés  
 72% travaillent plus de 50h/semaine  
 68% se forment chaque année  
 76% cherchent à "disrupter" leur secteur

**CONVERSIONS**  
 74.7%  
 22.0%  
 33.0%

**SOURCES**  
 Sources: ET et 30 États KPMG 2017 - "Global CEO Outlook",  
 ET et le Groupe ICD-Stratagem 2017  
 Un Étude 2017 "Analyse des activités de dirigeants"  
 91 Personne France Index 2018 (liste des 36 000 PDG en France)

**EN SAVOIR PLUS**  
 Vidéo de 20 minutes:  
 "Prospecter les Business Builders"



A Buddhist monk in a red robe is walking away from the camera through a long, narrow wooden corridor. He is holding a red parasol over his head. The corridor is made of dark wood and has a light-colored floor. The lighting is soft and warm, creating a serene atmosphere. The monk is barefoot and is walking with a steady gait. The parasol is a vibrant red color, contrasting with the dark wood of the corridor. The overall scene is peaceful and contemplative.

SIDETRADE