L'ÉTAT DES VENTES B2B EN 2023

LUIDO
Sales Enablement System

Sommaire :

La croissance est une priorité pour les PDG

L'évolution du processus de vente B2B

L'imprévisibilité des ventes

L'impact de la longueur du cycle de vente

L'échec à atteindre les quotas de vente

Les tâches non essentielles qui affectent les ventes

Les difficultés de génération de prospects

L'ÉTAT DES VENTES B2B EN 2023

La croissance est une priorité pour les PDG :

- Les recherches montrent que le plus grand défi pour de nombreuses entreprises est de trouver des stratégies qui les aideront à atteindre la croissance.
- Selon l'enquête de Gartner de 2023 auprès des PDG et des cadres supérieurs, les PDG des grandes et moyennes entreprises considèrent la croissance comme leur priorité stratégique numéro une en 2022-2023.

L'évolution du processus de vente B2B :

- Selon le rapport "Not Another State of Marketing" de HubSpot, seulement 29% des acheteurs veulent en savoir plus sur les produits en parlant à des vendeurs.
- Forrester rapporte que 59% des acheteurs préfèrent faire leurs propres recherches plutôt que d'interagir avec des représentants commerciaux, car les représentants "imposent un agenda de vente plutôt que d'aider à résoudre un problème."

Le processus de vente B2B en mutation :

- Les décisions d'achat sont souvent prises avant de contacter les vendeurs. En effet, des recherches montrent que 57% des décisions des clients sont prises avant qu'ils ne parlent à un vendeur.
- Les clients prennent leur décision d'achat en se basant sur toutes les informations qu'ils ont trouvées, et ce n'est qu'à ce moment-là qu'ils peuvent contacter une entreprise pour finaliser l'achat.
- Cette statistique pose un problème pour les vendeurs, surtout s'ils ne sont pas en mesure d'influencer la décision du client suffisamment tôt.

L'ÉTAT DES VENTES B2B EN 2023

L'imprévisibilité des ventes :

- Les ventes deviennent moins prévisibles car les vendeurs ne contrôlent plus une grande partie du processus d'achat. De plus, au lieu d'aider les prospects sur le chemin de l'achat, les vendeurs se concentrent toujours sur la vente.
- Cela représente des défis pour les équipes de vente B2B, et 34% des vendeurs pensent qu'il devient de plus en plus difficile de conclure des affaires en raison de l'évolution du processus de vente.

Les cycles de vente longs :

- L'un des principaux défis qui freinent la croissance des entreprises B2B est la longueur des cycles de vente, rendant difficile la différenciation. Près de 75% des ventes B2B prennent jusqu'à quatre mois pour être conclues, et près de 50% prennent sept mois ou plus.

La longueur des cycles de vente :

- Des études ont montré que la durée moyenne des cycles de vente B2B a augmenté de 22% au cours des cinq dernières années.
- Il s'agit d'un revers important, car les prospects sont plus susceptibles de reconsidérer, de changer d'avis ou de mettre fin à toutes les discussions de vente si le cycle de vente est trop long.

L'ÉTAT DES VENTES B2B EN 2023

L'impact de la longueur du cycle de vente :

- De plus, la Harvard Business Review rapporte que les entreprises ayant un cycle de vente établi voient leur chiffre d'affaires croître 18% plus rapidement que celles qui n'en ont pas.
- L'augmentation de la durée du cycle de vente est attribuée au grand nombre de personnes impliquées dans le cycle de vente et à l'abondance d'informations disponibles pour les consommateurs, qui les aident à prendre des décisions.

Le défi de raccourcir le cycle de vente :

- La plupart des entreprises prospères n'ont pas de mal à vendre leurs services. Leur plus grand défi est d'obtenir que les clients disent "oui" rapidement, ce qui nécessite un raccourcissement de la durée du cycle de vente.

L'échec à atteindre les quotas de vente :

- Le cycle de vente B2B est devenu si complexe que 57% des représentants commerciaux s'attendent à manquer leur quota de ventes.
- Selon une étude de ValueSelling Associates, Inc. et Selling Power, qui a interrogé plus de 300 commerciaux B2B sur leurs quotas, 69% des vendeurs B2B déclarent qu'ils ne parviendront pas à atteindre leur quota en raison du manque de prospects dans leur pipeline.

L'ÉTAT DES VENTES B2B EN 2023

Les tâches non essentielles qui affectent les ventes :

- Les vendeurs B2B ont peu de chances de s'engager activement avec les clients et de réaliser des ventes car ils passent la majeure partie de leur temps sur des tâches administratives et non essentielles.
- Selon une étude de HubSpot, les représentants commerciaux consacrent une grande partie de leur temps à la planification des appels clients (12%), à la mise à jour des données (17%), à la rédaction d'e-mails (21%), aux réunions (12%) et à la recherche (17%), laissant seulement 34% de leur temps à la vente réelle.

Les difficultés de génération de prospects :

- Richardson rapporte que les principaux problèmes dans la génération de prospects pour les vendeurs B2B sont de créer un contact avec l'interlocuteur approprié (12%) et d'obtenir des rendez-vous (14%).
- Selon SalesStaff, les vendeurs passent 64,3% de leur temps sur des tâches non liées à la vente, et au moins la moitié de leurs prospects ne correspondent pas bien à ce qu'ils vendent.

LUIDO

Sales Enablement System

Philippe DOREY Ltda - CNPJ : 38.383.327/0001-62
Avenida Oliveira Paiva, 2579 - SALA-07 Parque Manibura - Fortaleza Ceará 60821-802 - Brazil
Tel: +55(88)997660836 E-mail: gerenciamento@luido.com.br