

WEBHELP ENTREPRISE - Comment Webhelp Entreprise optimise et automatise la génération de leads de qualité dans le secteur B2B

La crise sanitaire a accéléré le développement de la vente à distance, faisant ainsi évoluer les comportements d'achat des clients B2B. En réponse, Webhelp digitalise ses processus autour de deux piliers : d'un côté le recrutement, la formation et le management des commerciaux ; de l'autre, l'accompagnement du parcours d'achat des clients.

La data se positionne au cœur de ces enjeux. Sans une base de données fiable et évolutive, il est difficile de tendre vers la performance commerciale.

C'est pourquoi Webhelp Entreprise a **développé la Lead Factory. Un moteur de génération de leads B2B en full stack Microsoft pour mieux accompagner ses clients et améliorer son efficacité commerciale.**

DÉFI

Optimiser la génération de leads B2B avec une Lead Factory pour augmenter la productivité des ventes et le taux de conversion.

A mesure que le parcours de vente se digitalise, les entreprises ont besoin de technologies de premier ordre pour accroître leur clientèle. A ce titre, on observe une tendance de fond dans laquelle les comportements du client B2B se rapprochent de ceux du B2C (fidélisation basée sur le critère omnicanal, besoin d'un service client réactif, disponibilité des stocks...). La data et l'intelligence artificielle interviennent à chaque étape du funnel pour guider les commerciaux vers des stratégies de vente plus performantes.

Or, Webhelp Entreprise a constaté un important manque de données accessibles et exploitables dans l'identification de nouveaux prospects. Soit les entreprises disposent d'une base de données mais manquent de mises à jour ou de profondeur d'information. Soit, elles n'ont accès à aucune donnée.

Conséquence ? La charge de l'identification de leads de qualité revient aux commerciaux qui, le plus souvent, le font de façon manuelle.

Tout l'enjeu de la Lead Factory se trouve donc ici : **comment faciliter l'identification des leads par les équipes commerciales ?** Webhelp adopte une approche qui consiste à accélérer la croissance du chiffre d'affaires en concevant et en gérant des parcours de vente intégrés pour les clients B2B.

Plusieurs aspects méritent d'être pris en compte :

- **Enrichissement des données** : exploiter l'open data pour enrichir les données actuelles (informations de contact actualisées, rapports financiers, données de marché, mises à jour...).
- **Nettoyage des données** : processus d'amélioration et de raffinement des données brutes en fusionnant plusieurs sources de données.
- **Augmentation des données** : exploiter les données actuelles propres et complètes pour capturer et collecter de nouveaux prospects par le biais d'une approche de type

"look-alike". Cette méthode consiste à cibler les prospects ressemblant le plus à ses meilleurs clients.

"Il est primordial de pouvoir identifier rapidement les entreprises en croissance. Agir sur les bons signaux et les moteurs commerciaux des clients peut donner un coup de fouet à une opération de vente et créer une valeur supplémentaire". Etienne Turion, CEO Webhelp Entreprise

Webhelp Entreprise s'est tourné vers Artefact pour développer un modèle capable de fournir des ensembles de données précis et complets afin d'aider les commerciaux à exploiter la data disponible et à mieux aborder les nouvelles informations démographiques et locales.

SOLUTION

La Lead Factory : une solution sur mesure utilisant une double technologie (API et RPA) validée par une méthodologie de prototypage rapide.

Grâce aux témoignages des utilisateurs (équipes commerciales et clients) et à l'analyse poussée de l'écosystème Webhelp, Artefact a élaboré une stratégie d'accélération des données afin de fournir des solutions de ventes efficaces.

Concrètement ? Une plateforme développée sur UI Path Orchestrator passe au crible des quantités massives de données, effectue des contrôles de qualité et extrait des informations pertinentes. Elle délivre ensuite le tout, avec un contexte supplémentaire, aux agents commerciaux directement dans leur flux de travail.

La Lead Factory a été construite selon la **méthodologie du prototypage rapide** à partir de deux cas d'usage : le premier pour créer de la data, et le second pour l'enrichir.

En deux mois, Webhelp Entreprise a pu confirmer qu'il était possible de monter une solution agile avec laquelle elle remplit l'objectif d'aller au-delà des données firmographiques.

Arrive alors le développement de la solution avec le concours de Webhelp, son équipe de développeurs, le teck stack Microsoft et Artefact.

"Cette approche de prototypage nous a permis de prendre une décision rapide avec un retour d'informations opérationnelles concret. Un résultat réel et tangible sur lequel nous avons pu nous appuyer." Julie Cadalen - Deputy GM, Webhelp Enterprise.

La solution développée repose sur deux technologies :

- **Les API (Interface de programmation d'application)** : base de programmation ouverte, elle permet d'accéder à toutes les sources de données publiques, certaines privées, pour collecter de l'information là où elle est disponible.
- **La RPA (Automatisation des processus robotiques)** : cette technologie automatise et accélère les tâches réalisées manuellement de façon répétitive.

Le processus s'appuie ainsi sur l'automatisation pour établir un parcours intégré qui s'améliore constamment grâce à une console de retour d'informations.

Une solution entièrement développée dans l'environnement Microsoft.

Une interface utilisateur a été créée sur Microsoft Power Apps pour permettre aux membres de partager une demande. Liée à Power Automate, l'application envoie un message à un administrateur sur Teams lorsqu'une nouvelle demande est formulée. Puis elle transmet les détails par courrier électronique sur Outlook pour enfin recueillir les informations sur SharePoint.

Webhelp Lead Factory se fonde également sur une architecture encapsulée dans une solution cloud Microsoft Azure qui peut être facilement mise à l'échelle.

Fonctionnel et sécurisé, le Cloud Azure permet aux collaborateurs Webhelp, présents partout dans le monde, d'avoir accès aux informations. Il est le garant d'une réelle agilité propice à l'amélioration constante des logiciels.

Des données enrichies en continu pour augmenter la performance de la Lead Factory.

La Lead Factory de Webhelp offre plusieurs avantages :

- **Génération de leads à partir de zéro** en se basant sur les exigences spécifiques à chaque client ;
- **Enrichissement des données d'entreprises existantes avec des informations supplémentaires** sur les prospects grâce à la RPA et à l'interface de programmation d'applications ;
- **Interface utilisateur qui collecte les besoins des équipes** en données opérationnelles.

La Lead Factory a été conçue pour s'intégrer parfaitement à l'offre B2B de Webhelp. Celle-ci va de l'optimisation des données à l'automatisation du marketing (qualification des leads, création d'opportunités, conversion) pour appuyer les équipes commerciales qui se concentrent désormais sur les tâches à plus forte valeur ajoutée.

En tenant compte en permanence du retour d'informations des utilisateurs, la solution est continuellement améliorée. Et, plus il y a de clients intégrés dans le modèle, plus celui-ci se perfectionne pour fournir des données utiles et augmenter la performance de la Lead Factory.

RÉSULTATS

Un modèle de vente sur mesure qui permet de générer des revenus supplémentaires.

L'outil a été conçu pour fournir un modèle de vente sur mesure qui aide les utilisateurs à mieux cibler, acquérir, convertir, intégrer et développer des clients B2B à forte valeur ajoutée. La connaissance du marché et la précision des informations obtenues grâce à des données plus riches permettent aux vendeurs de proposer un service d'excellence à chaque étape du processus. Ils peuvent ainsi mieux cibler leurs actions et générer des prospects qualifiés.

L'intégration totale de la Lead Factory dans l'environnement Microsoft offre une expérience de bout en bout pour garantir le succès du client, des données à la génération de la demande en passant par les ventes.

"Nous avons constaté une augmentation de 40 % de la productivité sur certains projets où les données clients étaient médiocres, ainsi qu'un retour sur investissement de 1 pour 4 sur des projets où les commerciaux devaient trouver eux-mêmes des leads." Julie Cadalen - Deputy GM, Webhelp Enterprise.

L'entreprise a pu, enfin, obtenir davantage de prospects de qualité dans son tunnel d'acquisition en réduisant le taux de rebond des e-mails et en augmentant le temps que les agents consacrent aux appels téléphoniques avec les clients potentiels.

La suite ? L'optimisation des contenus (mail client, compte rendu de réunion, etc.) grâce à Azure Open AI. Un service issu du partenariat conclu en 2019 entre Microsoft et Chat-GPT d'Open AI. Cette alliance fonctionne sur l'utilisation de modèles de langage LLMs Open AI. Elle offre déjà : sécurité, élasticité du Cloud, non utilisation des données aux entreprises pour entraîner un modèle Open AI.

Les fonctionnalités offertes par la Lead Factory, développée avec le soutien d'Artefact, permettent aux commerciaux Webhelp Entreprise de se concentrer moins sur le maintien de la qualité de la base de données et plus sur l'engagement complet des futurs clients.