

Communiqué de presse

Paris, le 15 janvier 2018

Nomination fait peau neuve et invente un outil de prospection unique en son genre, conçu pour ouvrir les portes des futurs clients et (enfin) faciliter la vie des commerciaux.

Les CRM n'aident pas à vendre ! Ils sont souvent conçus par la direction pour piloter l'activité. Résultat : le commercial est livré à lui-même pour faire sa prospection... perte de temps à rechercher et qualifier de l'information, démotivation, sont le quotidien du commercial BtoB. D'où notre initiative : un outil tout en un, avec la bonne data – fiabilisée en permanence, exploitable - et les fonctionnalités pour identifier les opportunités, les bons interlocuteurs, prendre contact et obtenir efficacement le Rdv », explique Benoit Marcellin, Directeur marketing de Nomination.

Après deux ans de R&D, Nomination a le plaisir d'annoncer la sortie de sa nouvelle plateforme, et présente en avant-première les nouveautés de sa solution de Sales intelligence.

Depuis quinze ans, Nomination produit de l'information sur les 250.000 décideurs des 50.000 premières entreprises de France. Aider les clients à identifier la bonne cible, adresser la bonne information au bon moment fait partie de l'ADN de la société dont l'objectif est d'améliorer les performances commerciales et marketing. A partir des pratiques et retours d'expériences de ses 450 clients et 15.000 utilisateurs, Nomination a refondu son portail pour accélérer et faciliter la prospection.

Une approche commerciale optimisée

Nomination a développé une fonctionnalité pour calculer automatiquement la meilleure porte d'entrée au sein d'une entreprise ciblée. Outre les organigrammes avec donneurs d'ordres, décisionnaires et influenceurs, Nomination présente les meilleurs contacts pour adresser des comptes : « *Cela peut être des personnes qui ont travaillé dans la même société que vous ou qui ont fait des études identiques ou bien encore qui ont travaillé chez l'un de vos clients* », détaille Benoît Marcellin.

« *C'est quand on a trouvé le bon contact que le plus dur commence* », affirme-t-il. Il s'agit de l'engager de la meilleure manière, de l'intéresser et de lui donner envie de répondre à la sollicitation. Qualifiés et validés par des enquêteurs, les profils des décideurs comprennent le parcours professionnel, la formation ainsi que le périmètre d'intervention. Autant d'éléments incontournables pour adapter votre approche selon le profil de votre prospect. Ajoutez à cela, 80 critères pour un ciblage hyper fin : « *Par exemple, si vous êtes un cabinet d'avocat spécialisé dans le droit franco-allemand, vous pourrez trouver toutes les filiales de groupes allemands en France* », illustre-t-il.

Des prospects engagés plus efficacement

Vient le moment d'entrer en contact. L'outil propose une fonctionnalité d'engagement par mail avec des templates, une bibliothèque de messages de prospection à envoyer automatiquement. Le plus ? Un traqueur vous avertit lorsqu'un destinataire a ouvert le mail ou cliqué sur le lien. « *Ensuite, vous n'avez plus qu'à relancer par téléphone. Nous vous donnons la capacité de rappeler au bon moment pour maximiser vos chances de rebondir positivement* ».

Un réseau professionnel mieux exploité

Nomination présente également une fonction de social selling. Passage dans une même entreprise ? Même école ? Le réseau de l'utilisateur est croisé avec celui d'un décideur identifié afin de trouver des points communs. En effet, il est toujours mieux d'avoir un motif pour entrer en contact de façon naturelle. De plus, les réseaux des collègues peuvent être mutualisés pour combler ou multiplier les points de contact. A vous d'exploiter la recommandation active !

Des opportunités de business à portée de clic

Mouvements, prises de parole, départs, détections de projets... Nomination met à disposition les moments clés des décideurs et entreprises. Des prétextes pour contacter une personne. Le smart calling prend tout son sens ! « *La prise de contact via la contextualisation se révèle 14 fois plus efficace que la prospection à froid* », avance le Directeur marketing. L'outil permet de mettre sous surveillance le marché cible. Des alertes indiquent, alors les opportunités sur lesquelles rebondir.

Enfin, Nomination apporte son savoir-faire en structurant la démarche de prospection : « *Nous ne nous substituons pas au CRM qui est surtout axé sur la deuxième partie de la vente. Nous nous concentrons sur la partie amont* », explique Benoît Marcellin. Suivi des leads, alerte sur les réactions des prospects et planification des relances, la partie amont de la vente gagne alors en pertinence.

Voici quelques unes des nouveautés à découvrir chez Nomination...

Vidéo de présentation disponible sur Youtube : <https://www.youtube.com/watch?v=3yNVH6sai-w&t=45s>

À propos de Nomination

Nomination a été créée en 2002 par Serge Papo et Louis Barbeau. La société fournit des solutions d'efficacité commerciale qui permettent aux entreprises d'atteindre jusqu'à 30% de performances additionnelles. Depuis plus de 15 ans, Nomination collecte et surveille le parcours détaillé de plus de 250 000 décideurs pour produire des signaux d'affaires et aider ses clients à détecter des opportunités qualifiées. Grâce à des services personnalisables et simples d'utilisation, Nomination aide des acteurs comme Deloitte, BMW, Oracle, à accroître leurs taux de transformation en tenant le bon message, au bon contact, au bon moment.

www.nomination.fr

Contact presse :

Nathalie Platter

Tel. : 01.82.69.69.14 - Email : nplatter@nomination.fr