

Communiqué de presse

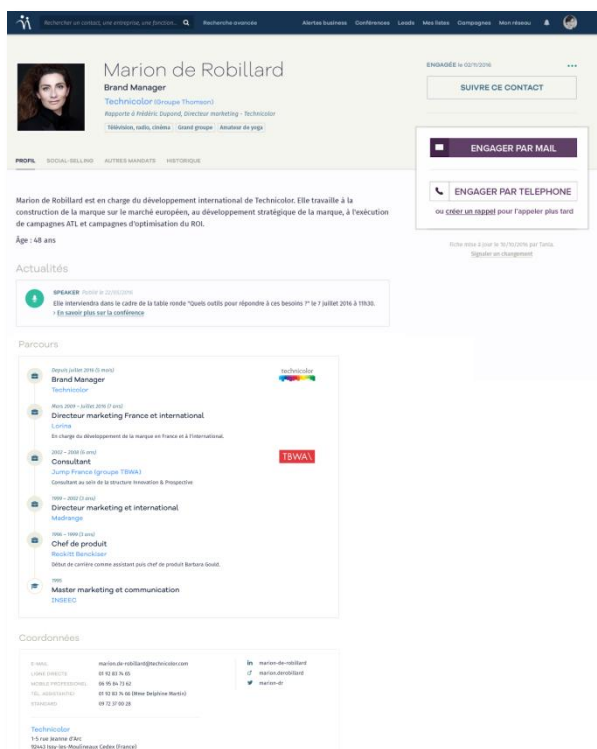
Paris, le 1er février 2018

Nomination révolutionne la vie des commerciaux grâce à son nouvel outil de Sales intelligence.

Identifier et contacter les bons interlocuteurs, pénétrer un compte, engager des conversations pertinentes, détecter de nouvelles opportunités de business... sont les principales difficultés rencontrées par les commerciaux BtoB. Partant de ce constat, Nomination a conçu un nouvel outil de Sales intelligence permettant aux forces de vente de prospecter simplement et efficacement. « *Nous avons créé une solution tout en un, avec la bonne data - fiable en permanence, exploitable – ainsi que les fonctionnalités pour identifier les bons contacts et obtenir facilement un Rdv* », explique Benoit Marcellin, Directeur marketing de Nomination.

Après deux ans de R&D, Nomination apporte une réponse inédite en mode SaaS (Software as a Service) aux problématiques des commerciaux et présente en avant-première sa nouvelle solution.

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. A partir des pratiques et retours d'expérience de ses 450 clients et 15.000 utilisateurs, Nomination a refondu son portail dans un seul objectif : améliorer les performances commerciales et marketing des utilisateurs.



Marion de Robillard
Brand Manager
Technicolor (groupe Thomson)
Rapporteur Média, Directeur, Directeur marketing - Technicolor
Télévision, radio, presse - Grand groupe - Analyseur de trafic

Marion de Robillard est en charge du développement international de Technicolor. Elle travaille à la construction de la marque sur le marché européen, au développement stratégique de la marque, à l'exécution de campagnes ATL et campagnes d'optimisation du ROI.

Age : 48 ans

Actualités

SPÉAKER (Publié le 22/01/2018)
Elle intervient dans le cadre de la table ronde "Outils utiles pour répondre à ces besoins" le 7 juillet 2016 à l'INSEEC. [En savoir plus sur la conférence](#)

Parcours

- 2015 - présent (5 ans)
Brand Manager
Technicolor
- Mars 2008 - juillet 2015 (7 ans)
Directeur marketing France et international
Technicolor
En charge du développement de la marque en France et à l'international.
- 2002 - 2008 (6 ans)
Consultant
Juniper France (groupe TBWA)
Consultant au sein de la structure Innovation & Prospective.
- 1998 - 2002 (4 ans)
Directeur marketing et international
Madrange
- 1994 - 1998 (4 ans)
Chef de produit
Médias 2000
Départ de carrière comme assistant puis chef de produit Barbara Gault.
- 1991
Master marketing et communication
INSEEC

Coordonnées

EMAIL	marion.de.robillard@technicolor.com	IN	marion-de-robillard
LIENS PROFILES	IN 82 81 76 85	FR	marionderobillard
MOBILES PROFESSIONNELS	06 30 36 74 62		
TEL. MOBILES PERSONNELS	07 52 81 36 (France Belgique Maroc)		
TELEGRAMME	87 52 81 36 (France Belgique Maroc)		
TELEPHONE	01 52 39 26 28		

Technicolor
15 rue Jeanne d'Arc
92000 Nanterre Cedex (France)

L'outil indispensable à une approche commerciale intelligente

Nomination a développé un algorithme unique permettant de calculer automatiquement la meilleure porte d'entrée au sein d'une entreprise ciblée. Outre les organigrammes avec donneurs d'ordres, décideurs, 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.

Une prospection organisée et plus de réactivité

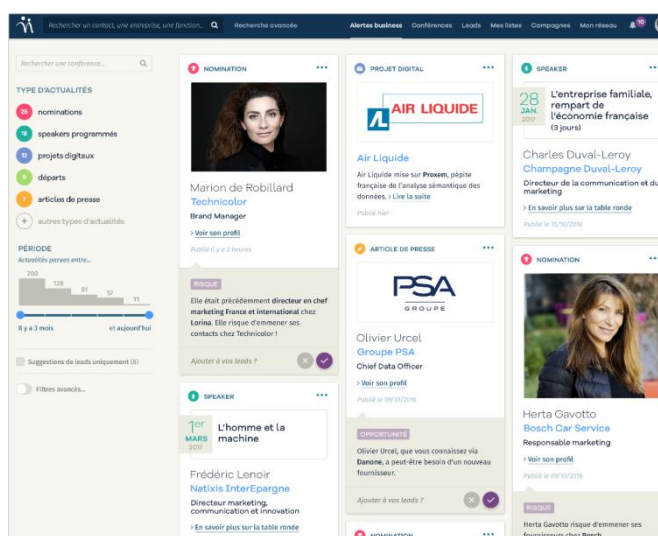
Vient le moment d'entrer en contact. L'outil propose une fonctionnalité d'engagement par mail avec des templates, une bibliothèque de messages de prospection à envoyer automatiquement. Le plus ? Un traqueur vous avertit lorsqu'un destinataire a ouvert le mail ou cliqué sur le lien. « *Ensuite, vous n'avez 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

La recommandation représente le meilleur levier de prospection pour 87% des commerciaux*. Pour faciliter la prise de contact, Nomination intègre 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. 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 ! « *55% des commerciaux souhaiteraient être davantage informés de l'actualité de leur prospects. En effet, 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.



Nomination a réussi à réunir savoir faire, smart data et algorithmes dans une solution innovante qui va - enfin - permettre aux commerciaux d'accéder à un outil simple, personnalisé et efficace. Et en conséquence améliorer la performance de leurs actions de prospection... et leur redonner le sourire !

Chiffres issus du livre blanc Nomination « Prospecter efficacement en 2018 : les nouvelles pratiques des super vendeurs »

Nomination - démonstration de la solution en vidéo : <https://www.youtube.com/watch?v=3yNVH6sai-w&t=45s>

Pour en savoir plus sur notre nouvelle solution c'est [ici](#)

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