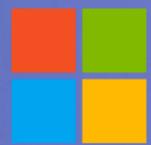




**Bienvenue dans l'ère du  
copiloting sales & marketing !**



**Microsoft**

**&**



**Seismic**

# Agenda

- Bienvenue dans la nouvelle ère du Copiloting
- Sales enablement : Un **cas d'usage du Copiloting** pour aligner ventes et marketing
- La **journée d'un commercial augmenté** par Microsoft Copilot for Sales et Seismic
- **Fireside chat avec Dimitri Chevtchenko, DSI de Chateauforn'** animé par Virginie Dittman, Microsoft
- Questions ouvertes



Microsoft

&



Seismic



**Cécile Schuster**  
Microsoft  
*Business Applications  
France lead*



**Amal Halouach**  
Seismic  
*Head of Sales SEMEA*



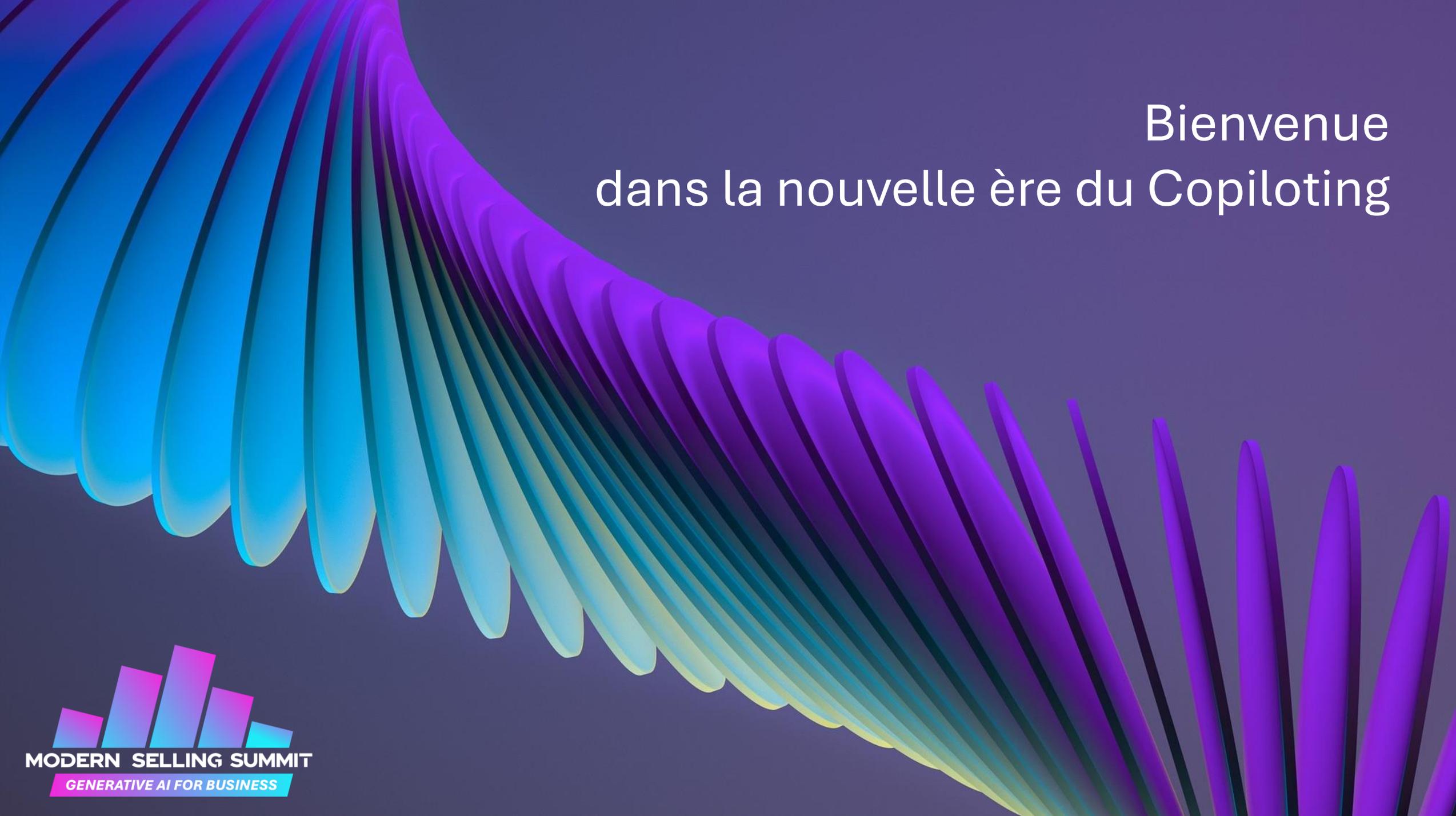
**Julia Lustig**  
Seismic  
*Team lead sales  
engineer SEMEA*



**Virginie Dittmann**  
Microsoft  
*CX technical specialist*

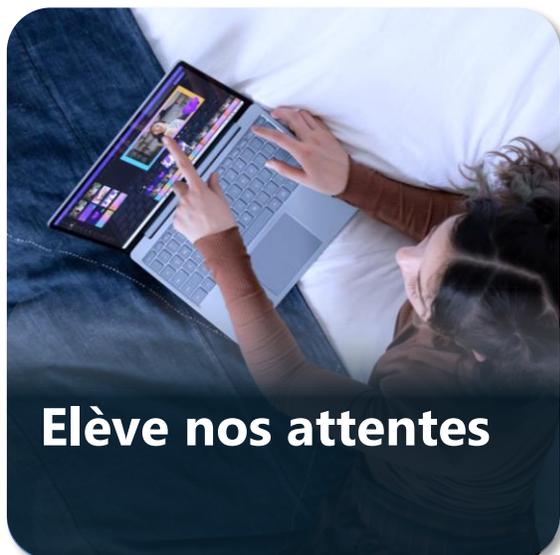


**Dimitri  
Chevtchenko**  
Chateaufort  
*Directeur des systèmes  
d'information*



# Bienvenue dans la nouvelle ère du Copiloting

# L'IA change notre environnement



ChatGPT a franchi le cap du **million d'utilisateurs en 5 jours** de lancement, établissant le record de la plateforme



Les gains générés par l'IA sont x par 13 pour atteindre **15,7 milliards de dollars** d'ici 2030



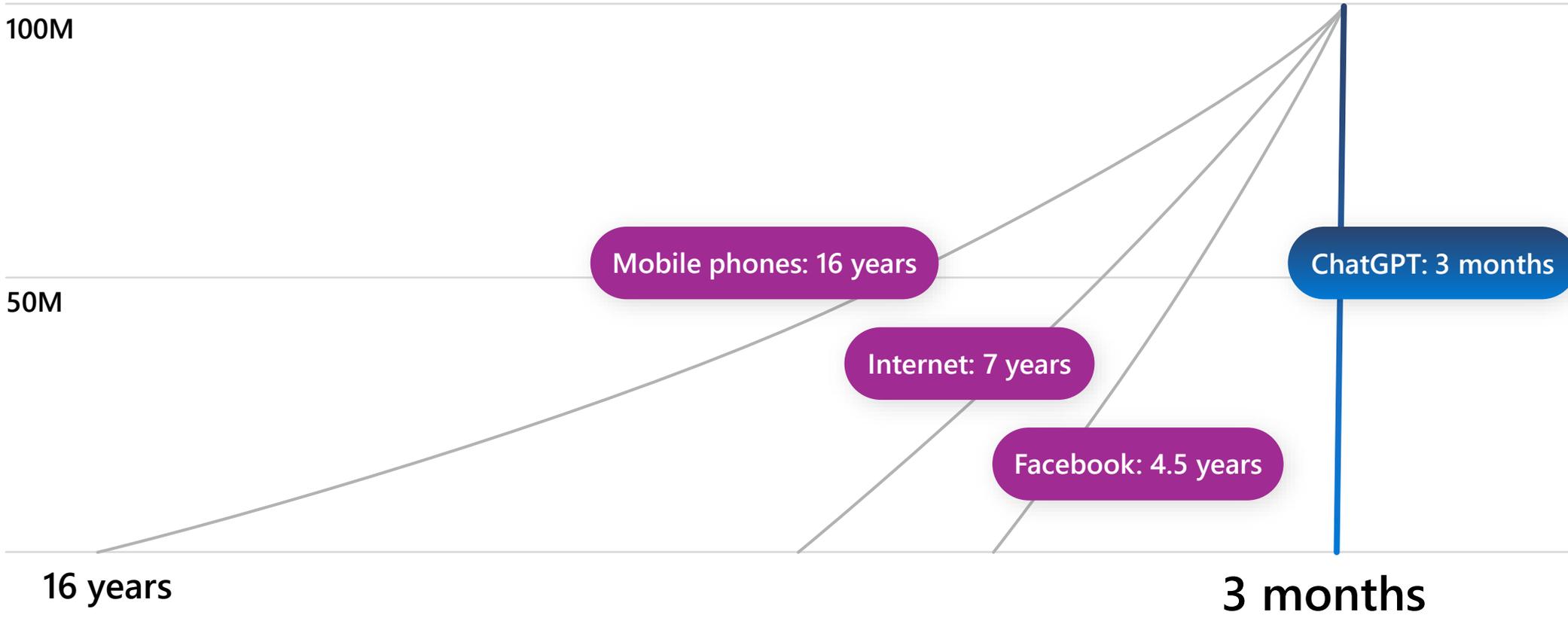
87 % des entreprises pensent que l'IA leur donnera un **avantage concurrentiel**

<sup>1</sup>OpenAI public statements

<sup>2</sup>Global Artificial Intelligence Study: Exploiting the AI Revolution, PwC

<sup>3</sup>AI Global Executive Study and Research Project, MIT Sloan and BCG

Et les attentes de nos clients



Source: Microsoft Research

# Les attentes des clients sont plus élevées que jamais

## 54%

des clients affirment que l'expérience client doit être améliorée dans la plupart des entreprises

## 64%

des clients souhaitent que les entreprises répondent plus rapidement à l'évolution de leurs besoins

## 87%

des clients attendent de plus en plus des informations pertinentes et personnalisées en fonction de leur parcours

## 32%

des clients quitteraient une marque qu'ils aiment après une seule mauvaise expérience



<sup>1</sup>PwC. [Experience is everything: Here's how to get it right](#). 2018.

<sup>2</sup>Accenture. [The human paradox: From customer centricity to life centricity](#). July 2022. <sup>3</sup>Deloitte. [Want to pull ahead of the pack? Ramp up data-driven capabilities](#). March 2022.

# Applications métier – dès aujourd'hui



Copilots pour vos  
**CLIENTS**



Copilots pour vous  
**COLLABORATEURS**



AI-first  
**AUTOMATION**

**Service client**  
Copilot for Service



**Responsible sécurité**  
Copilot for Security

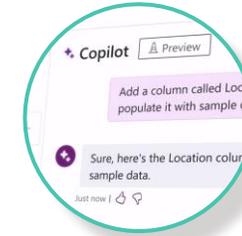


# Microsoft Copilot

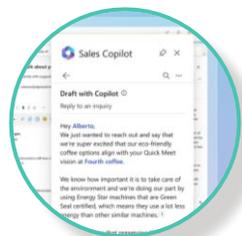
**Responsible Marketing**  
Copilot in Dynamics 365



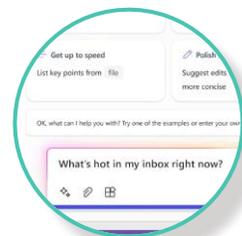
**Développeurs**  
Citizen developpers  
Copilot for Power Platform



**Commerciaux**  
Copilot for Sales



**Cols blancs**  
Copilot for Microsoft 365





Plus de **130 000 organisations** ont déjà fait  
l'expérience de Copilot au sein de  
Dynamics 365 et de la Power Platform

**3M**

PRADA Group

LYNK&CO

**CAMPARI**

*KraftHeinz*

G&J  pepsi

## Équipe de ventes

### Microsoft Copilot for Sales

- € Augmentation du revenu par commercial, du taux de conversion, nombre d'opportunités
-  Gains de temps pour préparer les RDV et se former
-  Personnalisation des interactions avec les clients, impact sur la rétention clients
-  Excellence opérationnelle

# Nos six principes fondamentaux pour une IA responsable



Impartialité



Fiabilité



Confidentialité  
et sécurité



Inclusivité



Transparence



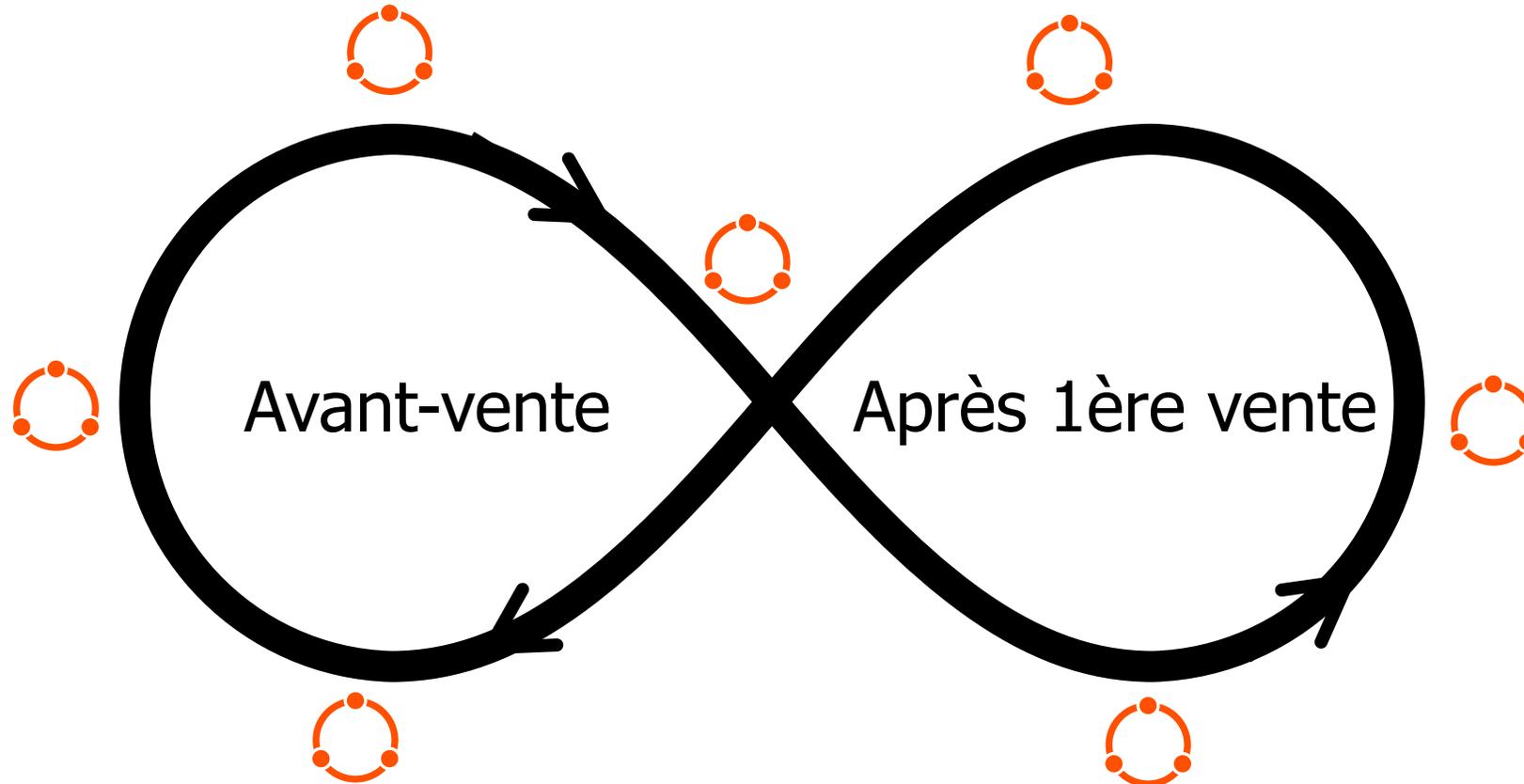
Responsabilité



# Sales enablement : Un cas d'usage du copiloting pour aligner ventes et marketing



# Cercle vertueux et continu des relations avec un client





## Ces défis vous sont-ils familiers ?

**60 à 70%**

des documents créés par le marketing ne sont pas utilisés par les commerciaux<sup>(6)</sup>.

(6) Source SiriusDecisions

**70%**

des acheteurs décisionnaires affirment que les vendeurs ne sont pas préparés aux questions qu'ils posent<sup>(2)</sup>.

(2) Source Forrester

**50%**

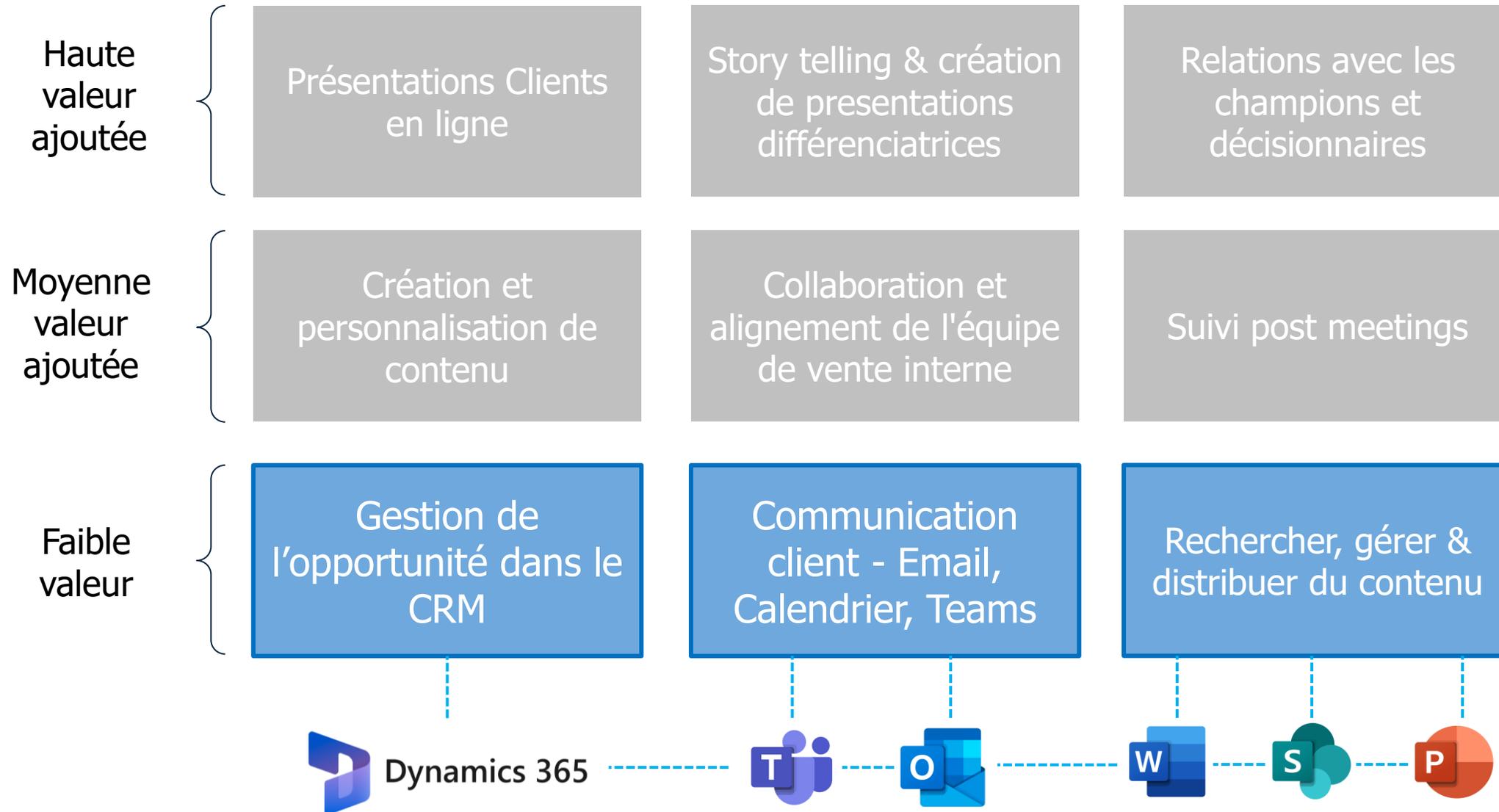
du temps des commerciaux est passé dans des tâches qui ne sont pas directement en lien avec la vente<sup>(3)</sup>.

(3) Source McKinsey

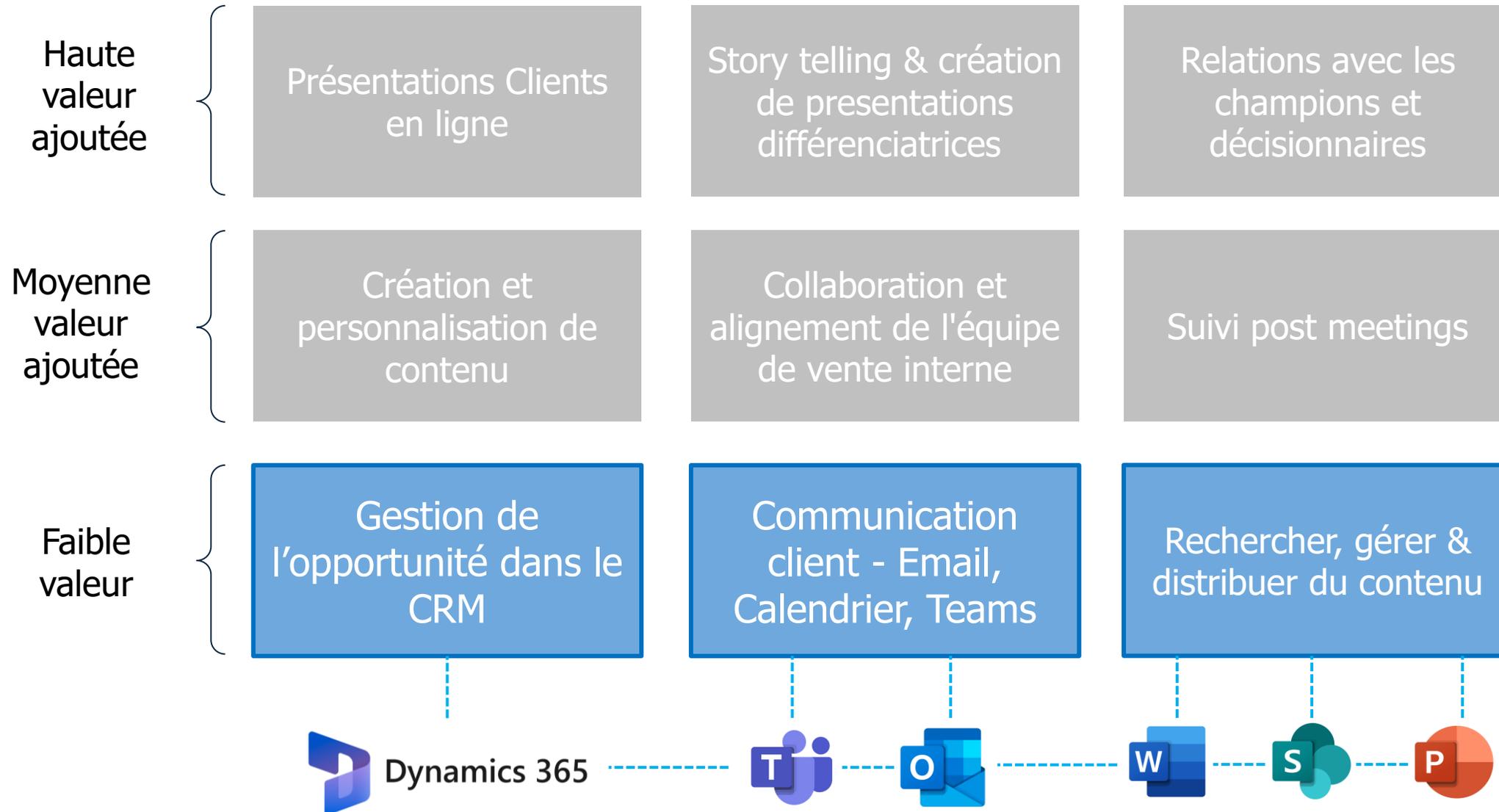
# Les vendeurs doivent se focaliser sur leurs activités à plus haute valeur ajoutée



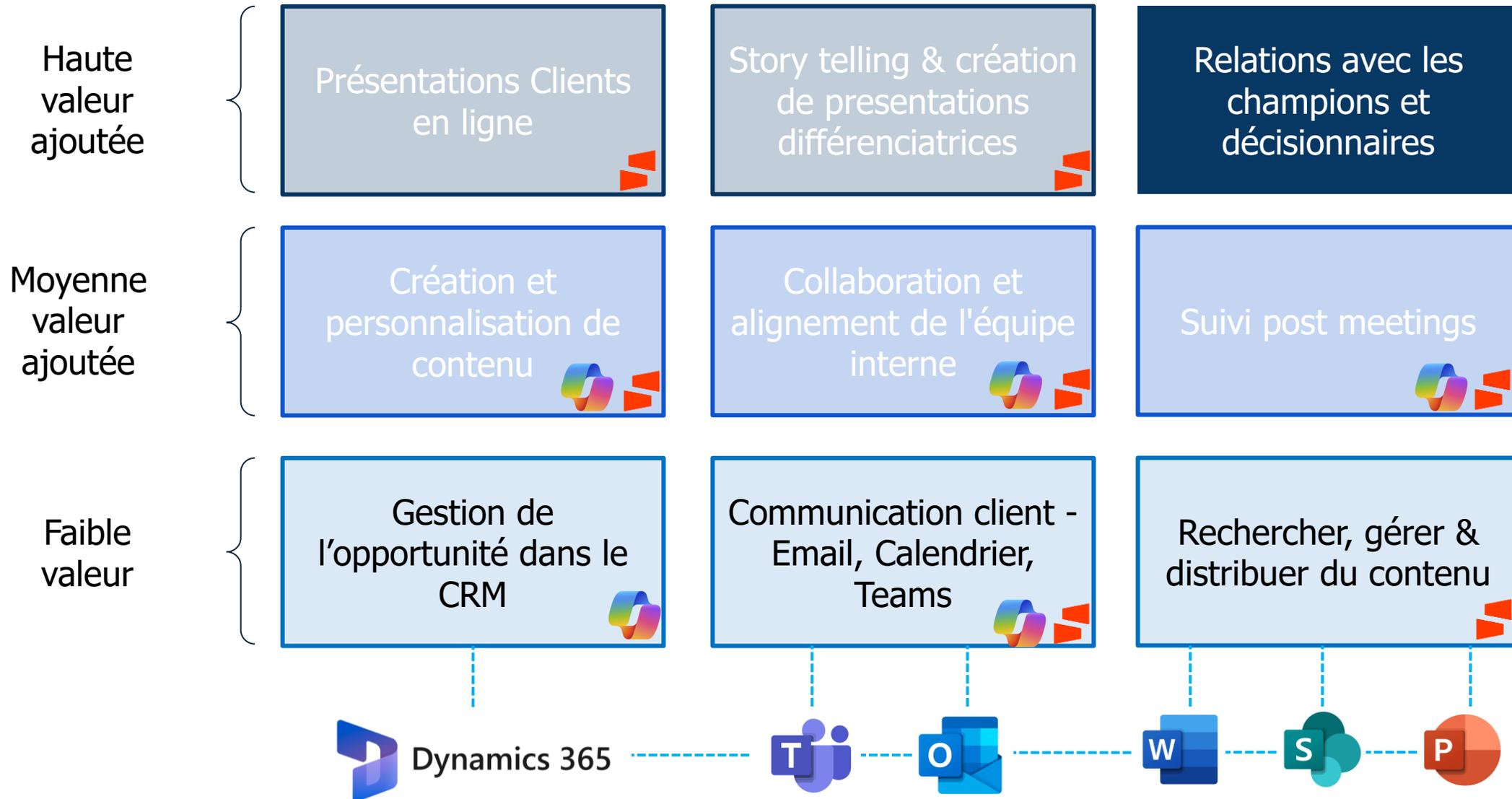
# Mais la réalité est que les commerciaux passent plus de temps sur les tâches à faible valeur ajoutée et doivent jongler avec **de nombreuses applications**



# Mais la réalité est que les commerciaux passent plus de temps sur les tâches à faible valeur ajoutée et doivent jongler avec **de nombreuses applications**



# La solution : Seismic + Copilot for Sales afin d'améliorer la productivité des vendeurs



# Apporter une valeur ajoutée à nos prospects/clients communs



**Productivité des vendeurs**

**Recommandations de contenus**

**Insights contenus et tendances d'achat**

**Formation & Coaching**

AI-Generated Content

Recommandations

Content Analytics

Upskilling équipe GTM

CRM Management

Accès aux contenus

Interactions acheteur

Recommandations de formation



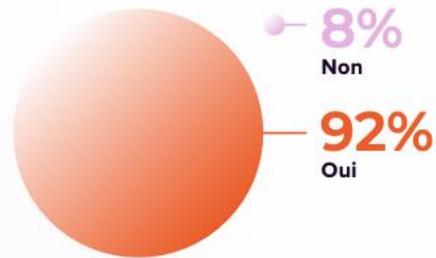
# Que disent nos 2200 clients? L'IA n'est plus optionnelle dans le sales enablement



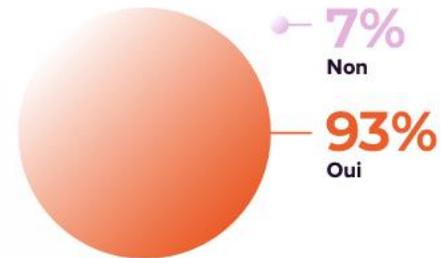
Ont-ils obtenu les résultats qu'ils souhaitaient ?

**Les résultats sont très largement positifs :**

Optimisation opérationnelle



Amélioration de l'expérience de l'acheteur



Amélioration de l'agilité et de la rapidité du go to market



Efficacité du GTM



## 93%

Parmi ceux qui ont déclaré que leur entreprise prévoyait d'investir davantage dans les technologies d'enablement, **93%** ont indiqué que les avancées de l'IA étaient à l'origine de ces investissements.

(US = 93%; UK = 85%; FR = 98%; ALL = 96%)

## 83%

En fait, **83%** des personnes interrogées ont déclaré que l'intégration de l'IA à leur stratégie GTM conduirait à une croissance du chiffre d'affaires de leurs entreprises.

(US = 85%; UK = 80%; FR = 82%; ALL = 79%)

## 73%

De plus, **73%** de toutes les personnes interrogées ont déclaré qu'elles pensaient que les entreprises qui ne parviennent pas à intégrer réellement l'IA dans leurs processus GTM se feront distancer par leurs concurrents au cours des trois prochaines années.

(US = 73%; UK = 68%; FR = 78%; ALL = 73%)



# La journée d'un commercial augmenté par Microsoft Copilot for Sales et Seismic

Focused Other

[External] Beverage line for Contoso

Today

- Eric Ishida**  
[External] Beverage line for Contoso 4:33 PM  
Dear Mr. Bettar,...
- Cody Fisher**  
Proposal Follow-Up: Our Next Steps 12:07 PM  
I hope you're doing well. I wanted to touch ba...
- Brooklyn Simmons**  
New Lead: Inquiries from Recent... 10:07 AM  
I'm excited to share with you the list of inquiri...
- Ralph Edwards**  
Deal Progress: Negotiation Stage Reac... 9:45 AM  
Saved to Salesforce Let's make sure that we co...
- Jane Cooper**  
Action Required: Update Your Sale... 11:10 AM  
We kindly request that you update your sales...
- External Kathryn Murphy**  
Congratulations! Quarterly Sales Ta... 11:04 AM  
I'm thrilled to inform you that we have exceed...
- Yesterday**
- Devon Lane**  
Webinar Invitation: Mastering Cold C... Yesterday  
We're excited to extend an exclusive offer to o...
- Albert Flores**  
How Was Your Experience at the T... Yesterday  
Radi,...

Summary by Copilot

With Sales insights added

- Eric Ishida inquires about purchasing high volumes of non-alcoholic beverages from your company.
- They request information on product details, pricing, and bundles, delivery timeframe, customer reviews, and any special offers.
- They value consistency of shipments and eye-catching displays.

Go to Sales

AI-generated content may be incorrect

Eric Ishida

To: Radi Bettar

Dear Mr. Bettar,

I hope this email finds you well. My name is Eric Ishida, and I am the Operations Executive at Contoso. We are one of the largest supermarket chains in the US. I am looking to expand our products to appeal to the 18-30 age group. I came across your company and would like to inquire about your product offerings and pricing, specifically the non-alcoholic beverage line.

We cater to higher income and trendy markets and handle a high volume of daily orders. We value consistency of shipments and eye catching displays.

Could you please provide me with more information about your non-alcoholic beverage offerings? Additionally, I would appreciate it if you could share pricing details and any special offers or bundles available.

Thank you in advance for your assistance. I look forward to hearing from you soon.

Best regards,  
Eric Ishida  
Operations Executive  
Contoso

Copilot

Chat Sales

Opportunity details

New opportunity

Topic \*

Est. revenue

Close date

Stage  
Develop

Account  
Contoso

Owner  
Radi Bettar

Cancel Save

Related contacts

Eric Ishida



## Fireside chat avec

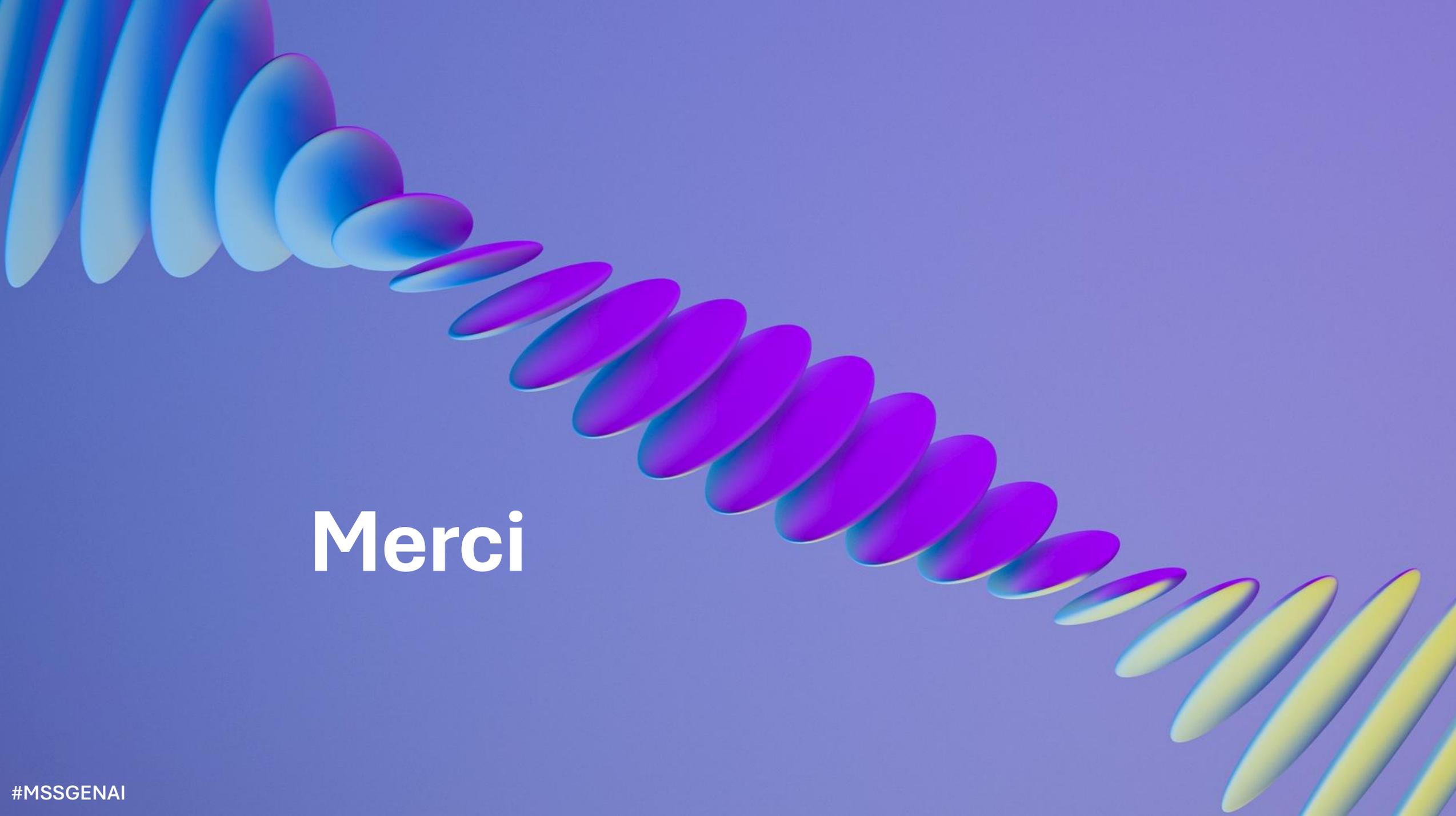
**Dimitri Chevtchenko**

Chateauform'

*Directeur des systèmes d'information*

Animé par Virginie Ditmann





**Merci**