



# Keynote LinkedIn

# IA & Deep Sales

Réussir sa stratégie de vente  
en 2024



# Les intervenants



**Billy Oriental**

Direction Commerciale

LinkedIn Sales Solutions Europe du Sud



**Clémentine Tiliard**

Direction Commerciale

LinkedIn Sales Solutions France



# Economic Graph de LinkedIn

une cartographie numérique de l'économie mondiale

Chaque minute, **plus de 130 nouveaux membres** rejoignent la communauté LinkedIn à l'échelle mondiale.



1B+

Membres

Global

250B+

Connections

Global

67M+

Entreprises

Global

81M+

Décisionnaires

Global

33M+

Professionnels de la vente

Global

# France Ecosystème LinkedIn

Membres

29 M+  
En France



2 M  
Travaillent dans le  
secteur public et  
1,5 M dans  
l'industrie  
manufacturière



Décisionnaires



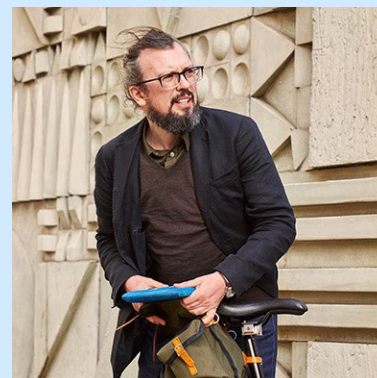
14%  
Décisionnaires



13%  
A commencé un  
nouveau rôle au cours  
des 12 derniers mois

Firmographie

Administration  
gouvernemental  
e  
Industrie à la  
croissance la plus  
rapide



4 sur 5  
Les entreprises  
fondées au cours des  
cinq dernières  
années sont des  
micro-entreprises

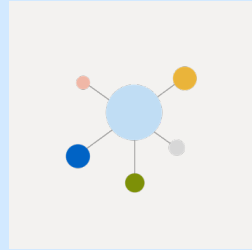


# Les acheteurs en France sont actifs et engagés sur LinkedIn

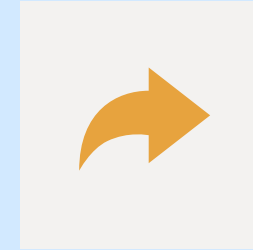
## 60 %

D'entre eux ont été actifs sur LinkedIn au cours des 30 derniers jours.

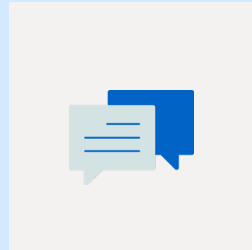
## Comment utilisent-ils LinkedIn ?



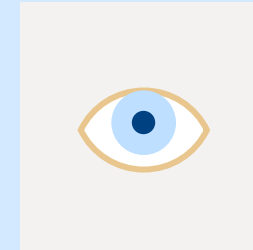
↑90 %  
Plus de connexions



↑78 %  
Plus de partages



↑40 %  
Plus d'entreprises suivies



↑70 %  
Plus d'activité au sein de groupes

**Note :** Percentages compare your target audience to: All FR members



**Quel est le plus grand défi  
auquel les responsables  
commerciaux sont  
confrontés actuellement ?**

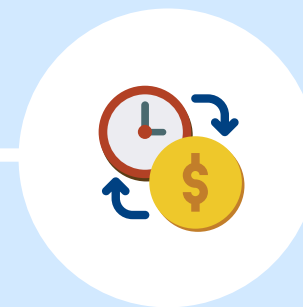
# Les ventes en BtoB sont plus difficiles que jamais



Les comités d'achat  
ne cessent de  
s'élargir



Il est de plus en plus  
difficile de convaincre ces  
acheteurs



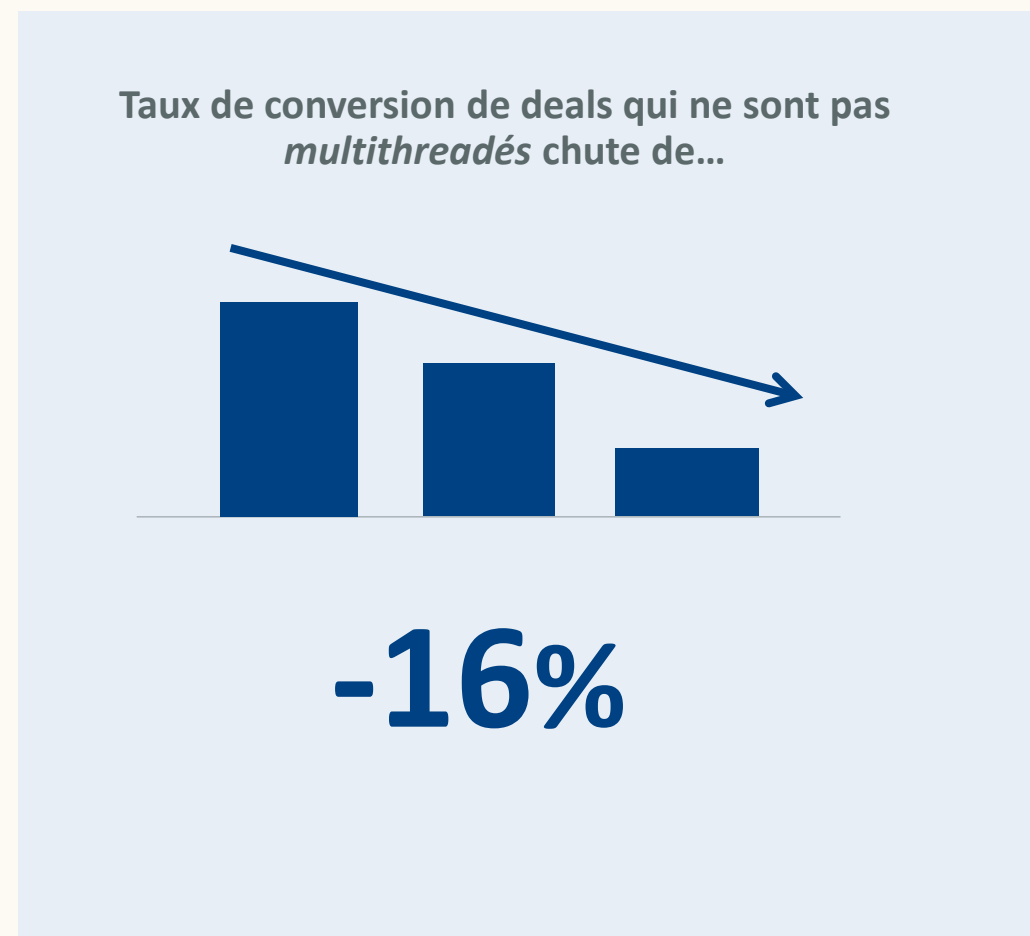
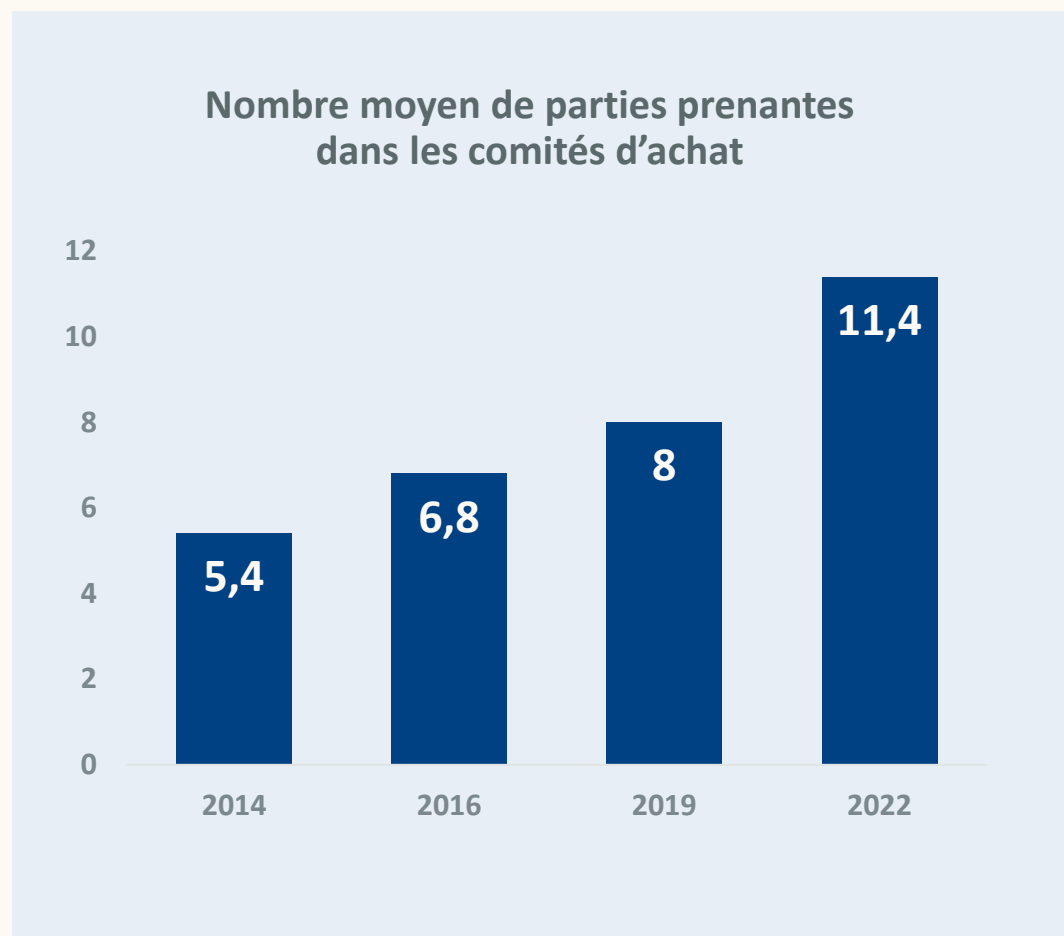
De plus, le temps du  
commercial est plus  
précieux que jamais





# Le cycle de vente moyen implique plus de 11 décideurs

Quand les forces de ventes font face à une trop grande complexité, le taux de succès chute



# Les comités d'achat grandissent : la réalité est que le cycle de vente moyen nécessite maintenant plus de 11 personnes.

..... mais la plupart des commerciaux en France ne sont connectés qu'à 1 à 2 personnes.



Gartner prévoit que les organisations commerciales qui pratiquent le multithreading surpasseront leurs concurrents de

**50%**

Sources: Raconteur . (CEB, 2016; Gartner, 2019; Raconteur, 2022), Gartner 2023

La fenêtre  
d'influence  
diminue  
pour les  
commerciaux  
en France

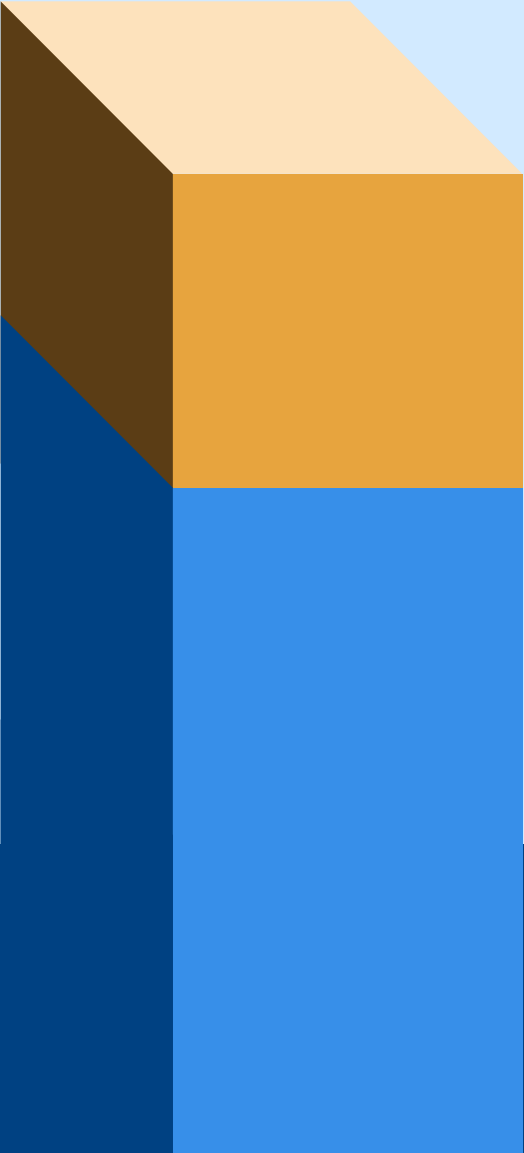
Il est de plus en plus  
difficile d'accéder aux  
acheteurs



5%

d'un parcours d'achat classique se fait en  
contact avec un commercial <sup>1</sup>

Source : LinkedIn Talent Insights, Gartner



En moyenne, les commerciaux ne consacrent que 32% de leur temps à la vente.

L'objectif fondamental des ventes est d'avoir des **conversations de meilleure qualité** avec les **bonnes personnes.**

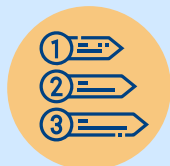


# LinkedIn a voulu percer les secrets du succès la vente B2B en 2024



En partenariat avec le leader des études de marché, **Ipsos**, nous avons interrogé 2 000 vendeurs et 500 acheteurs dans le monde pour comprendre la valeur de l'approche deep sales.

Les recherches d'IPSOS ont identifié trois habitudes que les commerciaux les plus performants adoptent pour avoir des conversations impactantes :



**Habitude 1**  
Priorisent les comptes les plus prometteurs



**Habitude 2**  
Identifient les acheteurs clés et établissent des relations



**Habitude 3**  
Trouvent des alliés pour une prise de contact efficace

## La stratégie « Deep Sales »

repérer efficacement les bons interlocuteurs et **saisir les enjeux de l'acheteur**

pour conclure davantage de contrats **tout en instaurant une relation de confiance**



# Comment les commerciaux prospèrent avec LinkedIn et l'IA



Nos données  
montrent que **69 %**  
des professionnels de  
la vente prévoient une  
augmentation de leur  
utilisation de l'IA dans  
les six prochains mois.



## À propos de cette présentation

LinkedIn ne garantit pas que le produit/les fonctionnalités décrits dans cette feuille de route seront publiés, ni ne garantit de délai de sortie.

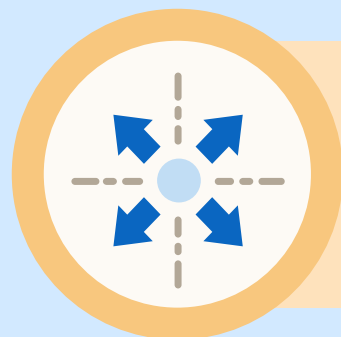
LinkedIn se réserve expressément le droit de modifier le produit/les fonctionnalités décrits dans cette feuille de route à tout moment, pour quelque raison que ce soit.

Vos décisions d'achat doivent être basées sur les services, fonctionnalités et fonctions de LinkedIn actuellement disponibles au public

**Nous réinventons  
LinkedIn Sales  
Navigator pour  
permettre une  
approche encore  
plus stratégique  
de la vente.**



**Simplifier avec l'IA**



**Intégrations de Sales Navigator**

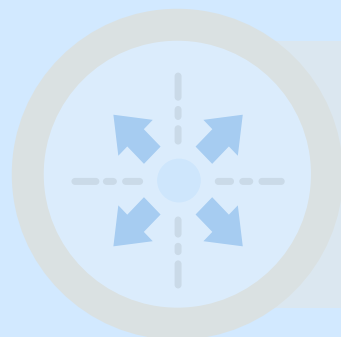


**Fonctionnalités "Enterprise  
Grade"**

**Nous réinventons  
LinkedIn Sales  
Navigator pour  
permettre une  
approche encore  
plus stratégique  
de la vente.**



**Simplifiez avec l'IA**



**Intégrations de Sales Navigator**



**Fonctionnalités "Enterprise  
Grade"**

# Informations Stratégiques – Account IQ

## Prioriser les comptes les plus prometteurs

Déjà Disponible

The screenshot displays the LinkedIn Sales Navigator interface for an account named "Développement de logiciels". The top navigation bar includes "SALES NAVIGATOR", "Accueil", "Comptes", "Prospects", "Smart Links", "Messagerie", and "Administrateur". A search bar is present with "Rechercher" and filters for "Filtres de prospects" and "Filtres de comptes".

The main content area features a section titled "Account IQ BÊTA" with a disclaimer: "Cette fonctionnalité est continuellement améliorée, mais elle peut tout de même commettre des erreurs. Vérifiez donc que les informations sont exactes. En savoir plus. Donnez votre avis".

The primary insight is "Comment [redacted] génère des revenus", which states: "[redacted], which is owned by [redacted], generates revenue through several primary channels. [redacted] makes money through its Talent solutions, Marketing solutions, Sales solutions, [redacted] Learning and premium subscriptions. Their target market is professionals and businesses looking to network and recruit. Their largest revenue stream is Talent solutions followed by marketing solutions." Sources: linkedin.com.

Below this is a "Chiffre d'affaires estimé" table:

Chiffre d'affaires estimé	
2023	Q4 2023
15,1 milliard(s) \$US	3,9 milliard(s) \$US

The "Personnes clés" section lists several roles:

- Vice President, Chief Privacy Officer
- Global Client Executive
- Chief Financial Officer
- Rédacteur en chef
- Patron de l'éditorial
- Chief Product Officer
- Chief Executive Officer
- Senior Executive Escalations Specialist
- Lead Executive Escalations Specialist

The "Priorités stratégiques" section highlights three key areas:

- Building a more people-centric culture:** [redacted] wants to create a culture that fosters belonging, well-being, diversity, equity, and inclusion for its employees, customers, and partners. [redacted] believes that a people-centric culture is essential for innovation, collaboration, and growth.
- Protecting user privacy and data security:** [redacted] wants to protect the privacy and security of its users' personal and professional data. [redacted] wants to comply with the relevant laws and regulations regarding data protection and privacy. [redacted] also wants to invest in strengthening its data security measures and policies, as well as educating its users on how to protect their privacy and data on the platform.
- Innovating in AI:** [redacted] wants to constantly innovate and differentiate its products and services from its competitors. They are focusing on delivering AI-powered solutions to help support the global workforce. [redacted] also wants to enhance its content creation and distribution capabilities, expand its online learning and skill development features, and improve its user experience and interface design.

Sources: linkedin.com

**Imaginez un Coach**

# Préparer ses rendez-vous avec *Meeting IQ*

## Exploration future

The screenshot displays the Meeting IQ interface within LinkedIn Sales Navigator. The main window shows a "Proposed agenda" for a meeting. The goal is "Understand pain points". The agenda includes:

- 1 Ice breakers**: Introduce yourself and your colleagues. Explain the role of the buyer on her new role. A congratulatory message from Emi is shown.
- 2 Key talking points**: Product overview, Search and Information Excellence.

A chat window is open, showing a conversation with an AI assistant. The assistant asks: "What is your goal of the meeting? I can generate agenda content tailored to a variety of goals. Usually, the goal of the first meeting is to **understand pain points**." The user responds: "Yes, that is the goal". The assistant then provides: "Great! I've just generated an agenda focused on understanding the buyer's pain points. You can change the content and edit any of the sections as needed." Below this, there are three suggested topics: "Top 5 power sales questions to ask without sounding salesy", "What potential challenges are they facing?", and "Remove icebreakers". At the bottom of the chat window is an input field labeled "Ask a question...".

The interface also shows a "Join meeting" button and a "Time" field indicating "Today at 3:00 PM".



# Se démarquer avec *Message Assist*

## Exploration future

- Lead engagement
- Account in the news
- Industry news
- Executive job changes
- Growth in account

Conversation with Emi Bandara-Park

g.


Sound familiar?

Here are ways top companies like Tesla stay current and

1e

✦ Write with AI

Send

  
**Emi Bandara-Park**  
Head of Marketing @ EnergyHub

91 Emi Bandara-Park has responded to an ad and you have 12 teamlink connections

📊 Growth **Increasing hiring**


🔗 TeamLink **4 connections**

🎯 Buyer intent **High**

💬 Ads engagement **3**

**Other actions**

Show me similar leads to Emi

 Janice Cho, Stacey Wren, and 3 others match Emi's profile

# Obtenir une recommandation n'a jamais été aussi rapide

*Exploration future*

### Conversation with Emi

Nov 1, at 10am ✕

Nov 2, at 9:30am ✕

Nov 2, at 11:30am

[Share](#) [+](#) [Send](#)

**Emi Bandara-Park**  
Head of Marketing @ EnergyHub

**91** Elisa Leonoff has responded to an ad and you have 12 teamlink connections

**Growth** Increasing hiring

**TeamLink** 4 connections

**Buyer intent** High

**Ads engagement** 3

---

**Other actions**

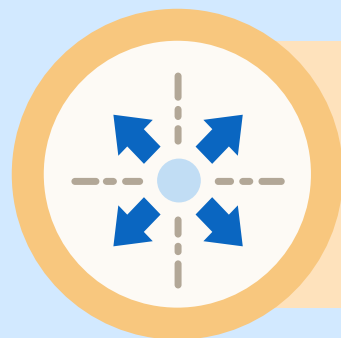
Show me similar leads to Emi

Janice Cho, Stacey Wren, and 3 others match Emi's profile

**Nous réinventons  
LinkedIn Sales  
Navigator pour  
permettre une  
approche encore  
plus stratégique  
de la vente.**



**Simplifier avec l'IA**



**Intégrations de Sales Navigator**



**Fonctionnalités "Enterprise  
Grade"**

# Expériences intégrées au CRM : Account IQ

*Disponible sur Salesforce à partir d'avril 2024*

The screenshot displays the Salesforce Account IQ interface. At the top, the Salesforce navigation bar includes a search bar and various menu items like Service, Home, Chatter, Accounts, Contacts, Cases, Reports, Dashboards, and Accounts. Below this, the account details for 'Mintome' are shown, including its type (Customer - Direct), phone number (889732558), website, account owner (Neha Garg), account site (Mintome), and industry (Technology). The main content area is titled 'SALES NAVIGATOR' and features a sidebar with navigation icons. The central panel displays the 'Account IQ' section, which includes a warning that the feature is powered by AI and mistakes are possible. The 'Account IQ' section is divided into three main areas: 'Estimated revenue' showing \$297.1B for 2023 (+16.8% YoY) and \$83.2B for Q1 (+24.8% QoQ); 'Business challenges' listing competition in the No-Code Software industry and supply chain disruptions; and 'Connections' showing 14 connections. A 'Save in Sales Navigator' button is also visible.

Account IQ ⓘ  
This feature is powered by AI and mistakes are possible. [Learn more](#)

**Estimated revenue**

**\$297.1B**  
2023  
▲ 16.8% YoY

**\$83.2B**  
Q1  
▲ 24.8% QoQ

**Business challenges**

- Competition in the No-Code Software industry  
Mintome faces a legal reckoning in 2024, with a series of regulatory decisions by US and EU.
- Supply chain disruptions are causing pressure on the bottom lines

**Mintome**  
Software Development  
San Francisco, California, United States  
30,149 employees  
▲ +18% new hires in last quarter  
14 connections  
[Save in Sales Navigator](#)  
Account matched by your team member. [Change](#)

# Expériences intégrées au CRM : Relationship Map

Disponible sur Salesforce à partir d'avril 2024 \*

The screenshot displays the Salesforce CRM interface for the 'Mintome' account. The top navigation bar includes 'Service', 'Home', 'Chatter', 'Accounts', 'Contacts', 'Cases', 'Reports', 'Dashboards', and 'Accounts'. The account details for 'Mintome' are visible, including the account type 'Customer - Direct', phone number '889732558', website, account owner 'Neha Garg', account site 'Mintome', and industry 'Technology'. Below this, the 'SALES NAVIGATOR' section is active, showing a search bar and a list of 'Saved people' with 'Add' buttons. The main area displays the 'Relationship Map 1' with a 'Share' button and an 'Update CRM (5)' button. The map shows three nodes: 'Decision maker' (Timothy Simon, Chief Marketing Officer, CRM), 'Influencer' (Cheri Sparks, Senior Director of Marketing, CRM), and 'Champion' (Arianne Berger, Director of Marketing, CRM). The nodes are connected by dashed lines, indicating relationships. The bottom of the screen shows 'Help', 'Privacy & Terms', and the LinkedIn logo.

# Expériences intégrées : Insights sur les Profils LinkedIn

## Exploration future

The image shows a LinkedIn profile for Sarah King, a marketing director at Freshing. The profile includes a cover photo of a beach labyrinth, a profile picture, and basic information like location and company. A 'Sales insights' section is visible, showing 'Past customer', '2 executive teamlink connections', and 'Account has high buyer intent'. A 'Buyer intent' popup is open, displaying a 'High' rating and statistics: 61 Ads engagement, 262 Company engagement, and 59 Employee interactions. The popup also includes a 'View all on Sales Navigator' link. The right sidebar shows 'People also viewed' with several other profiles and their connection status.

**Sarah King** (She/Her) · 2nd  
Marketing director @ Freshing  
Phoenix, Arizona, United States · [Contact info](#)  
500+ connections  
2 mutual connections: Claudio Hierro and Timothy Simon

**Sales insights**  
Past customer · 2 executive teamlink connections · Account has high buyer intent

[Connect](#) [Save as a lead](#) [More](#)

**Buyer intent**  
**High**  
Account buyer intent in your company  
61 Ads engagement  
262 Company engagement  
59 Employee interactions  
[View all on Sales Navigator](#) →

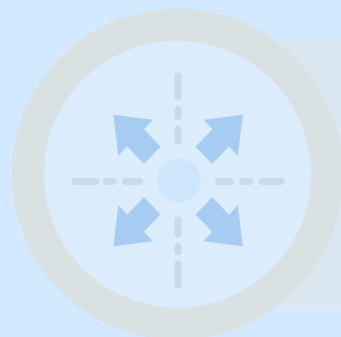
**People also viewed**

- Alma Cox** · 2nd [in](#)  
Designer at Mintome  
[Connect](#)
- Francisco Banks** · 2nd [in](#)  
Rogers University 20' Computer Science & Art  
[Follow](#)
- Amy Murphy** · 3rd [in](#)  
Director of Art at Arte  
[Following](#)
- Marian Tran** · 1st  
Manager at Antelope  
[Message](#)
- Brett Wolfe** · 2nd  
Director at Mintome  
[Connect](#)

**Nous réinventons  
LinkedIn Sales  
Navigator pour  
permettre une  
approche encore  
plus stratégique  
de la vente.**



**Simplifiez avec l'IA**



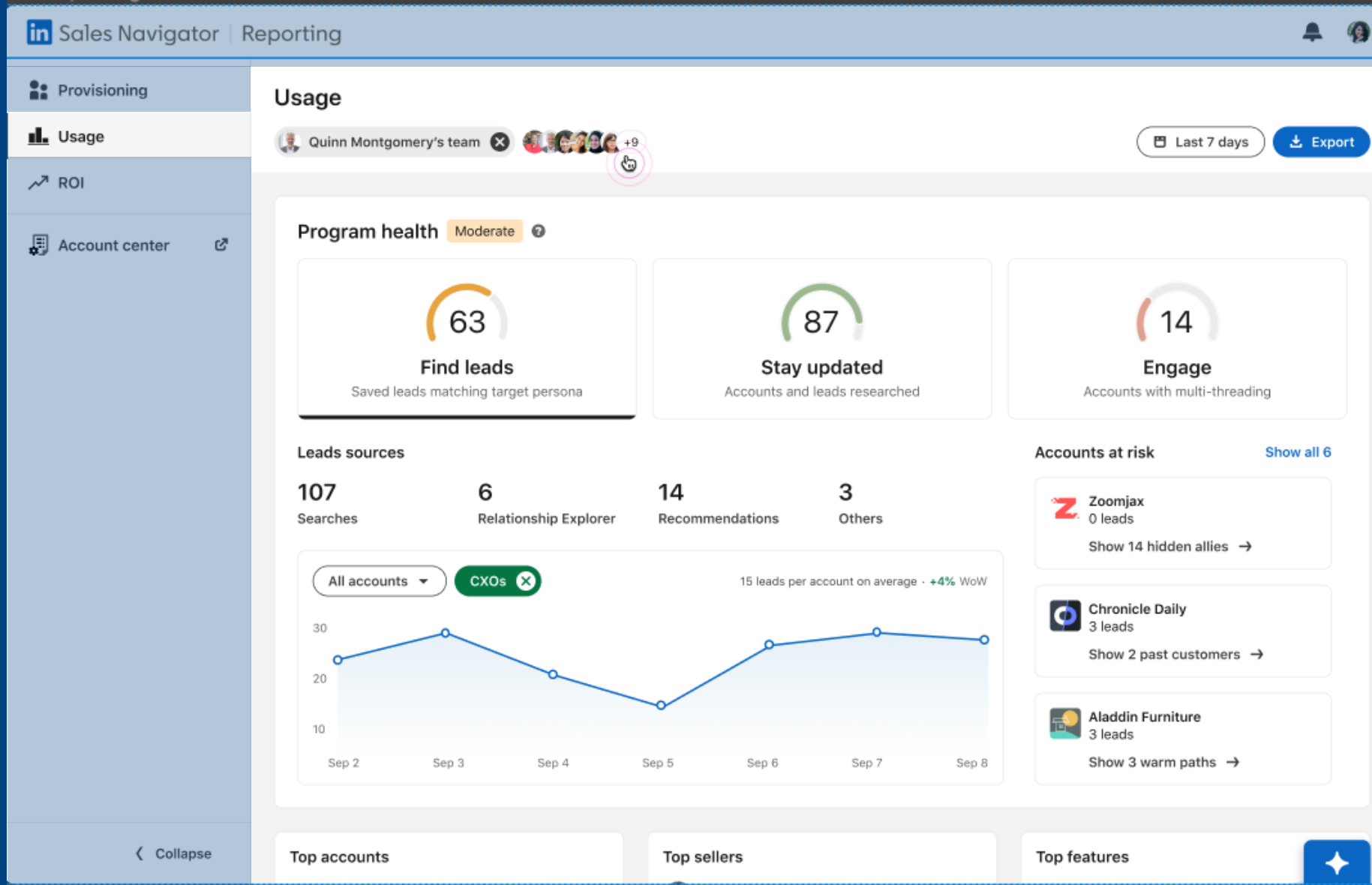
**Intégrations de Sales Navigator**



**Fonctionnalités "Enterprise  
Grade"**

# Nouvelles fonctionnalités: Rapports d'utilisation

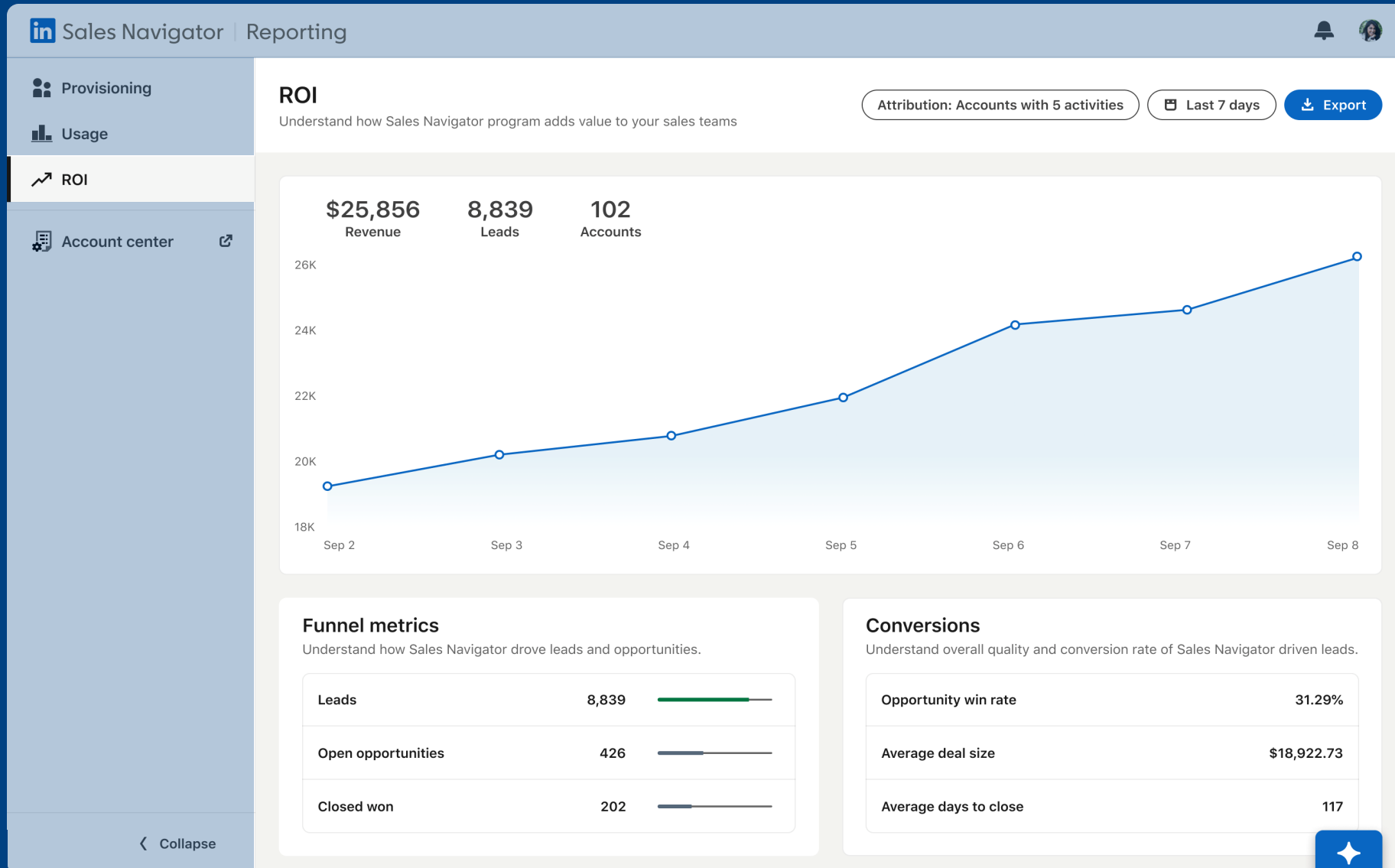
Exploration future





# Nouvelles fonctionnalités : Value Reporting

Exploration future



# Nouvelles fonctionnalités : Vue du Manager

*Exploration future*

The screenshot displays the LinkedIn Sales Navigator Reporting interface. The left sidebar contains navigation options: Provisioning, Usage (selected), ROI, and Account center. The main content area is titled 'Usage' and shows data for 'Quinn Montgomery's team' (16 members) for the 'Last 7 days'. A 'Team insights' section provides a detailed view of team members' performance across three metrics: Find leads, Stay updated, and Engage. Each member's performance is visualized with a progress bar and a status label (e.g., Needs coaching, Good, Average). A hand cursor is visible over the 'Ning Hu' row, indicating an interactive element.

Name	Find leads	Stay updated	Engage	Performance
Skylar Truong	24	Progress bar	Progress bar	Needs coaching
Rose Reynolds	15	Progress bar	Progress bar	Good
Hasan Abassi	14	Progress bar	Progress bar	Average
Ning Hu	14	Progress bar	Progress bar	Good
Antoine Martel	14	Progress bar	Progress bar	Average
Phoebe Kwok	12	Progress bar	Progress bar	Needs coaching
Swarna Seymour	11	Progress bar	Progress bar	Needs coaching
Aarti Korrapati	11	Progress bar	Progress bar	Average
Ayaka Kobayashi	11	Progress bar	Progress bar	Good
Qiang Ng	7	Progress bar	Progress bar	Average

# Ce qu'il faut retenir de ces 30 minutes ?



**Deep Sales : une  
approche stratégique  
éprouvée pour sur-  
performer**



Sales Navigator permet de  
déployer cette approche à  
l'infini



**Nous construisons les  
produits du futur pour  
permettre une vente plus  
stratégique**

Merci !

LinkedIn