



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

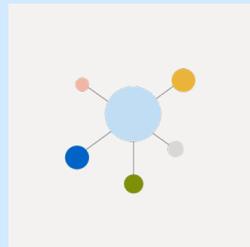


Les acheteurs en France sont actifs et engagés sur LinkedIn

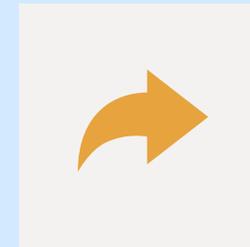
60 %

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

Comment utilisent-ils LinkedIn ?



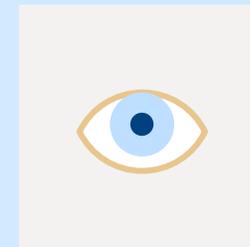
↑**90 %**
Plus de connexions



↑**78 %**
Plus de partages



↑**40 %**
Plus d'entreprises suivies



↑**70 %**
Plus d'activité au sein de groupes



**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

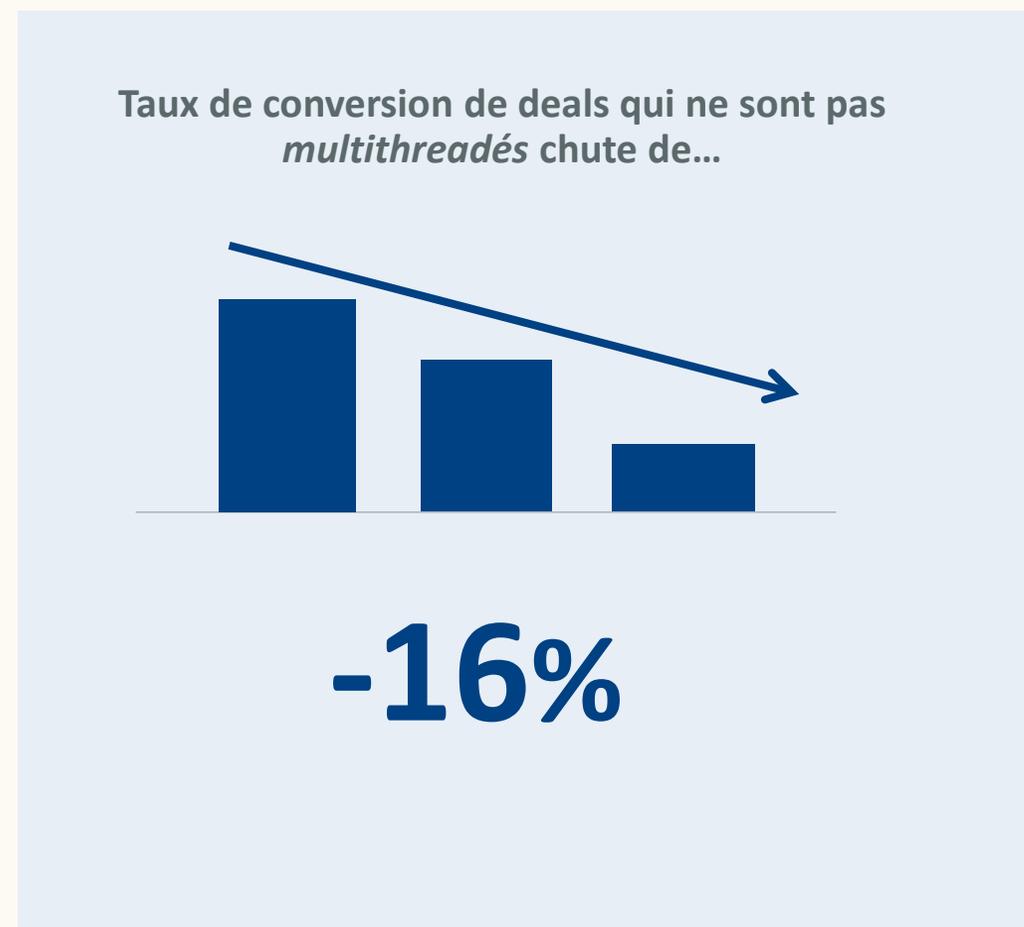
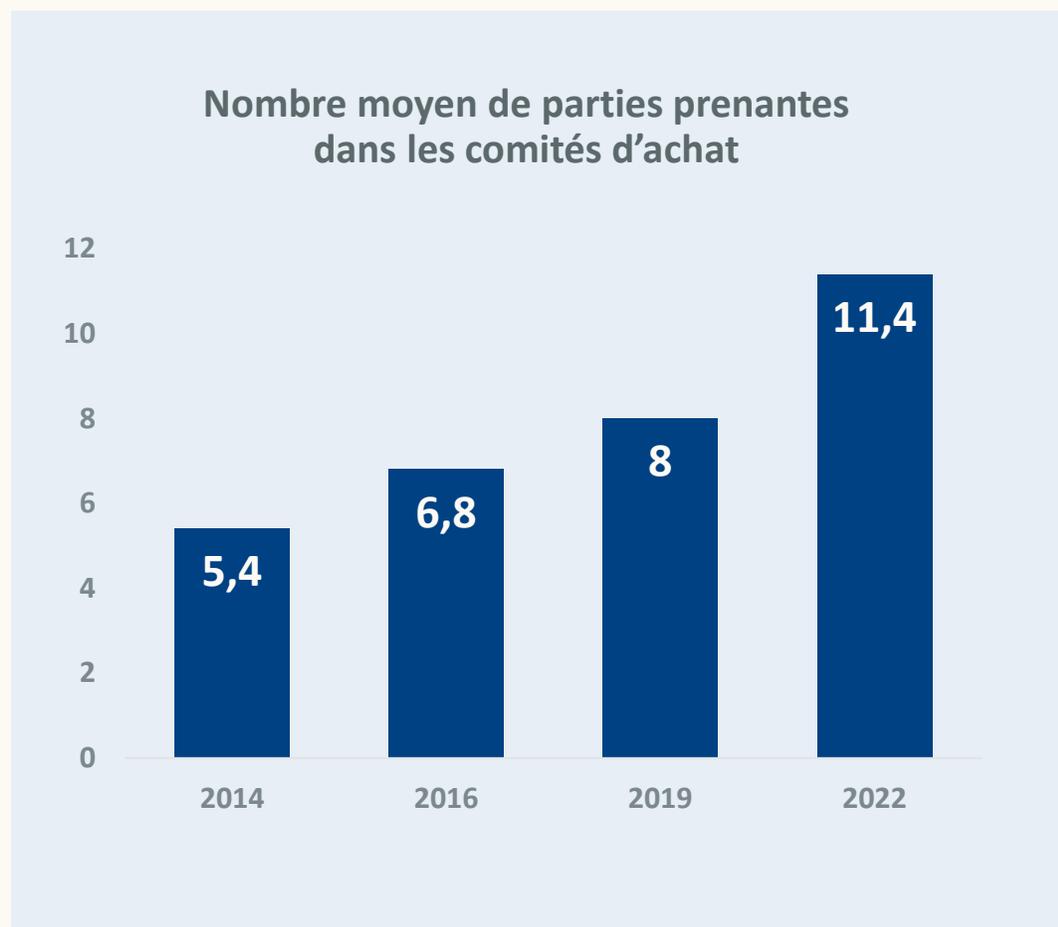


De plus, le temps du
commercial est plus
précieux que jamais



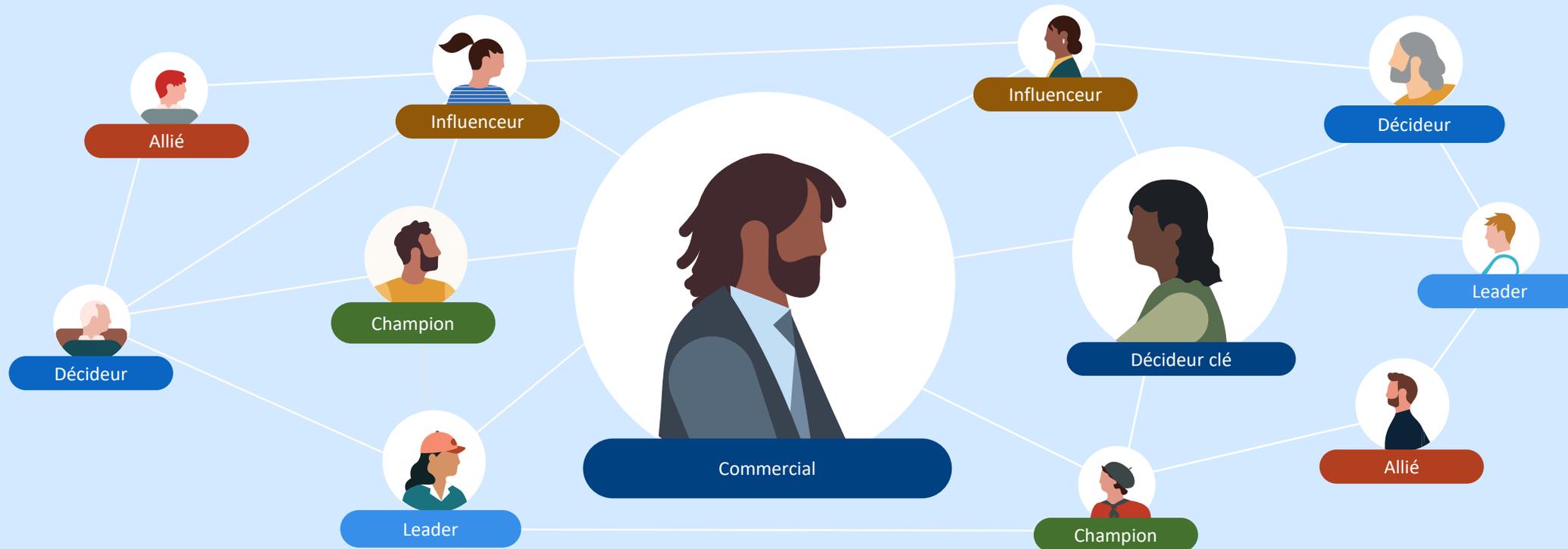
Le cycle de vente moyen implique plus de 11 décideurs

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.



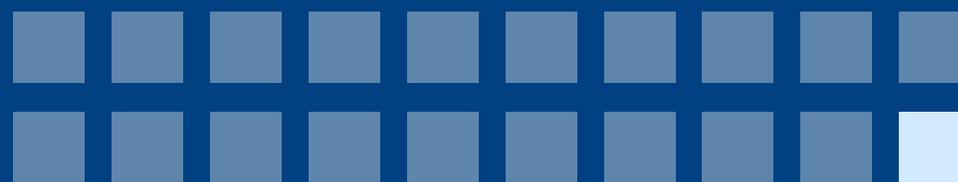
Gartner prévoit que les organisations commerciales qui pratiquent le multithreading surpasseront leurs concurrents de

50%

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

La fenêtre
d'influence
diminue
pour les
commerciaux
en France

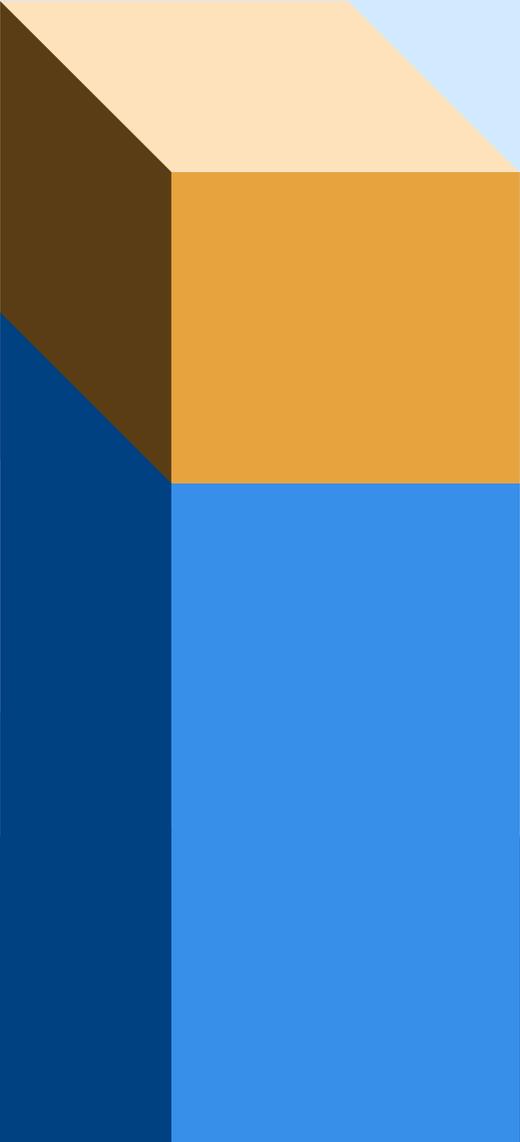
Il est de plus en plus
difficile d'accéder aux
acheteurs



5%

d'un parcours d'achat classique se fait en
contact avec un commercial ¹

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 performant 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.

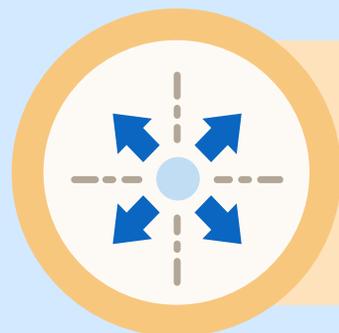
LinkedIn se réserve expressément le droit de modifier le produit/les fonctionnalités décrits dans cette feuille de route à tout moment, pour quelque raison que ce soit.

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

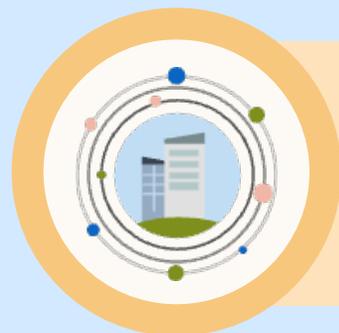
**Nous réinventons
LinkedIn Sales
Navigator pour
permettre une
approche encore
plus stratégique
de la vente.**



Simplifier avec l'IA



Intégrations de Sales Navigator

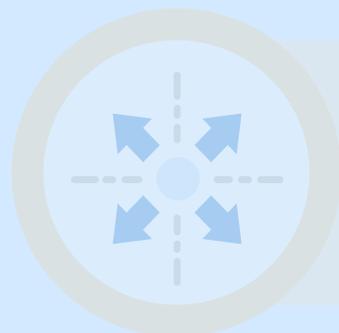


**Fonctionnalités "Enterprise
Grade"**

**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. At the top, the navigation bar includes 'SALES NAVIGATOR' and various menu items like '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 shows a profile for 'Développement de logiciels'. The 'Account IQ BÉTA' section provides a detailed overview, including a comment on revenue generation, estimated revenue figures for 2023 and Q4 2023, and a list of key personnel. Strategic priorities are also highlighted in three boxes.

Comment [redacted] génère des revenus

[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](#)

Ce contenu vous a-t-il aidé(e) ?

Chiffre d'affaires estimé

2023	Q4 2023
15,1 milliard(s) \$US	3,9 milliard(s) \$US

Personnes clés

- [redacted] - 2e
Vice President, Chief Privacy Officer
- [redacted] - 2e
Global Client Executive
- [redacted] - 1er
Chief Financial Officer
- [redacted] - 1er
Rédacteur en chef
- [redacted] - 2e
Patron de l'éditorial
- [redacted] - 2e
Chief Product Officer
- [redacted] - 2e
Chief Executive Officer
- [redacted] - 2e
Senior Executive Escalations Specialist
- [redacted] - 2e
Lead Executive Escalations Specialist

Priorités stratégiques

- 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 with the goal 'Understand pain points'. The agenda includes sections for 'Ice breakers' and 'Key talking points'. A chat window is open in the foreground, showing a conversation about the meeting goal and agenda content. The chat window includes a text input field and a 'Join meeting' button.

Sales Navigator Meeting IQ Interface

Account intel | **Agenda** | Recap | Documents

Proposed agenda
Goal of the meeting: Understand pain points

1 Ice breakers
Introduce yourself and your colleagues. Explain the role of the buyer on her new role.

2 Key talking points
Product overview

Search and Information Excellence
Enhance search quality, combat misinformation, and provide accurate information.

Understand their need

Chat Window:

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**.

Yes, that is the goal

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.

Top 5 power sales questions to ask without sounding salesy

What potential challenges are they facing?

Remove icebreakers

Ask a question...

Meeting Details:

Stage: Initial meeting | **Time:** Today at 3:00 PM | **Join meeting**

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

[Send](#)

Emi Bandara-Park
Head of Marketing @ EnergyHub

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

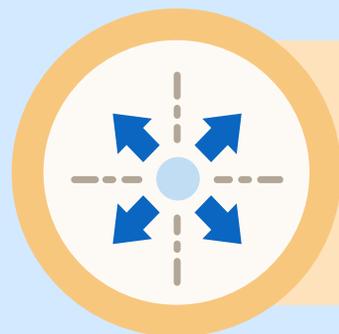
Show me similar leads to Emi

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 'Estimated revenue' section shows \$297.1B for 2023, a 16.8% YoY increase, and \$83.2B for Q1, a 24.8% QoQ increase. The 'Business challenges' section lists two key challenges: competition in the No-Code Software industry and supply chain disruptions.

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 'Type: Customer - Direct', 'Phone: 889732558', '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 a 'Relationship Map 1' with 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 interface includes various action buttons like 'Share' and 'Update CRM (5)', and a footer with 'Help', 'Privacy & Terms', and the LinkedIn logo.

Expériences intégrées : Insights sur les Profils LinkedIn

Exploration future

The screenshot 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 profiles of Alma Cox, Francisco Banks, Amy Murphy, Marian Tran, and Brett Wolfe.

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](#) →

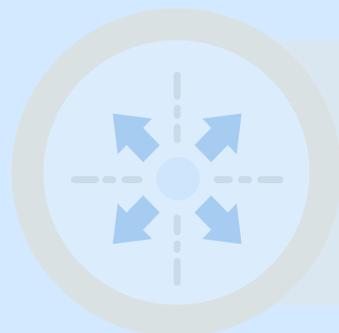
People also viewed

- 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](#)

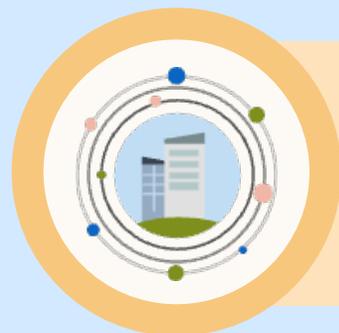
**Nous réinventons
LinkedIn Sales
Navigator pour
permettre une
approche encore
plus stratégique
de la vente.**



Simplifiez avec l'IA



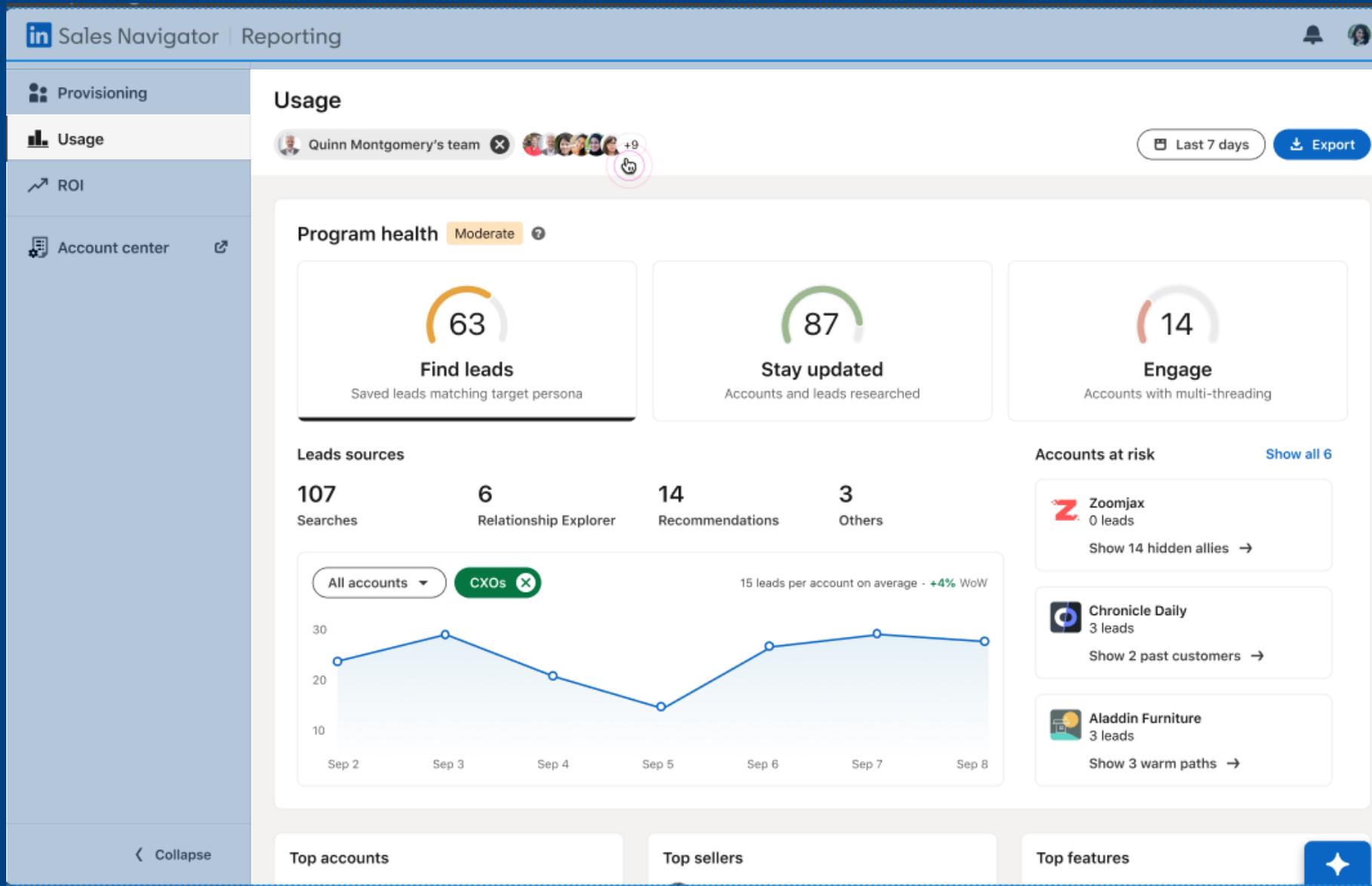
Intégrations de Sales Navigator



**Fonctionnalités "Enterprise
Grade"**

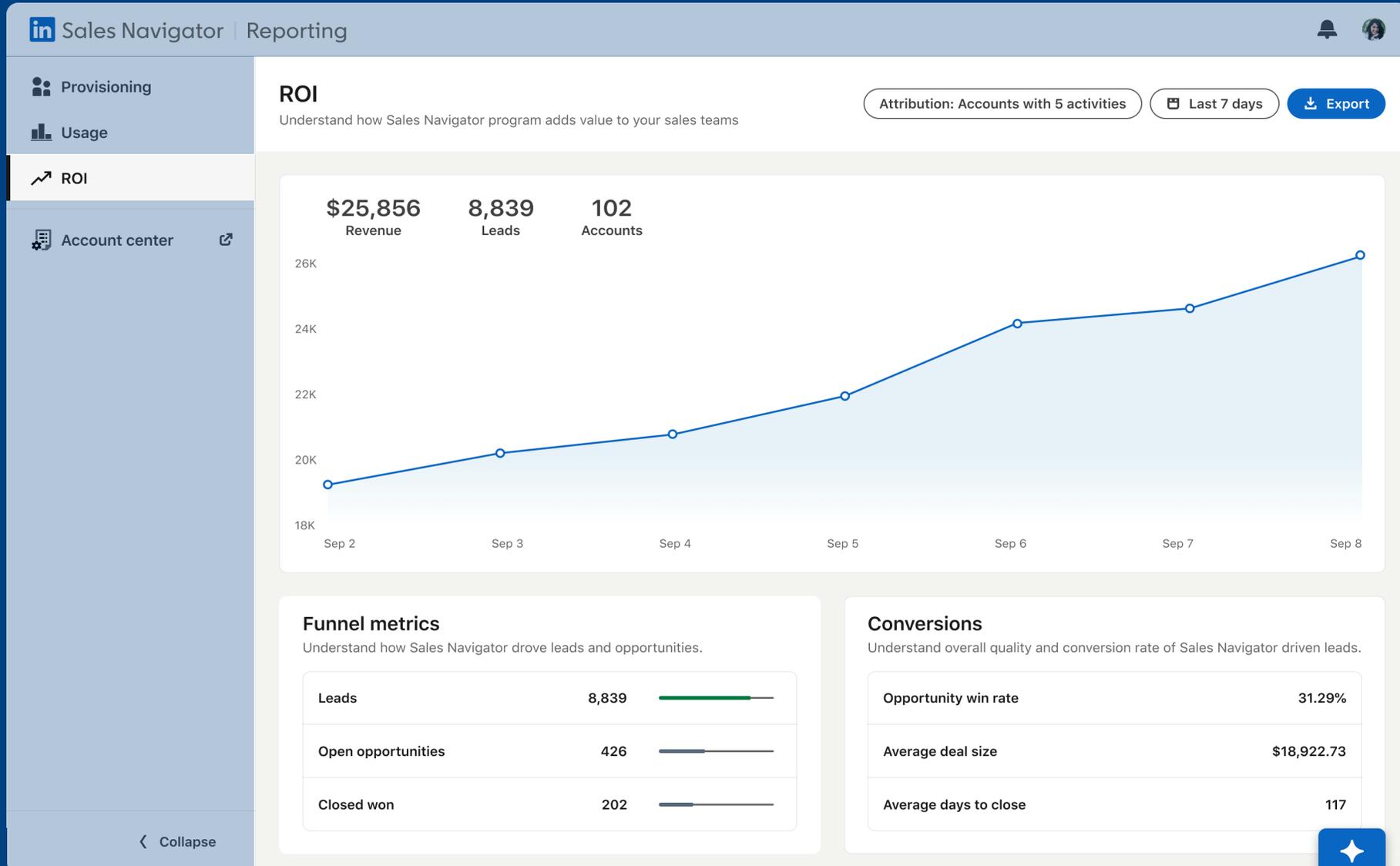
Nouvelles fonctionnalités: Rapports d'utilisation

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

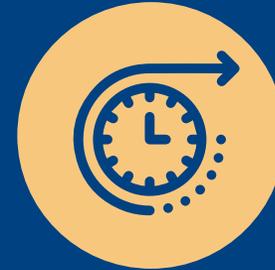
Ce qu'il faut retenir de ces 30 minutes ?



**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