



Come & Share #7 : Prospection & IA

14 mars 2024

Partagez votre expérience :

 @adnouest

Marina Mendoza

ADN Ouest

Chargée d'animation réseau et communication



Quelques
bonnes
pratiques
pour profiter
au mieux



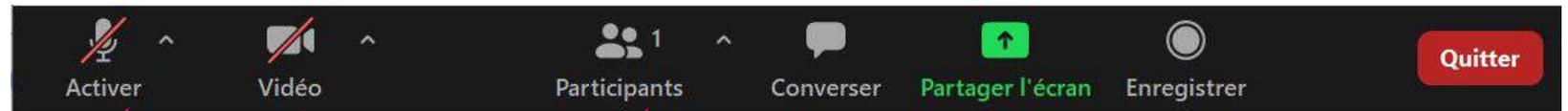
Installez-vous confortablement



Evitez les distractions



Prenez la parole !



*Cliquez sur « activer » et
« vidéo » pour saluer ou
prendre la parole*

*sur « participants »
pour voir la liste des
présents*

*sur « converser » pour
ouvrir le chat et interagir
avec tout le monde ou une
personne*



Donnez-nous votre avis

Les objectifs

- Sensibiliser aux enjeux de la stratégie digitale
- Partager des méthodes et des retours d'expériences
- Réfléchir aux évolutions technologiques et leurs impacts

Nos projets

- Autodiagnostic de maturité digitale
- Mon compagnon commercial digital
- Cercle CMO
- Come & Share

Les axes de réflexion

- **Ethique et gouvernance** pour questionner nos pratiques digitales en prenant en compte la réglementation, l'inclusion et les différents modèles de gouvernance
- **Anticipations stratégiques** pour imaginer les usages numériques de demain et penser comment les nouveaux modèles de décision, d'organisation, du travail et du télétravail impactent les stratégies digitales
- **Prospectives** pour aller encore plus loin en transposant nos imaginaires dans le monde, l'organisation de demain : jusqu'où sommes-nous prêts à aller ? Quels seront les nouveaux modèles, usages, technologies, compétences ... en 2050 ?

Nos ressources

- Kit STARTégie Digitale
- Panorama des modèles de valeur
- Escape game numérique
- Panorama des outils de productivité
- Et tous les replays de nos webinaires



Ibtissem Belhamiti
Hardis Group
Sponsor



Muriel Smets
Willcome
Co-Pilote



Céline Rolland
Ohp-Rh
Co-Pilote

Nos prochains événements :

10/04 : Atelier de co-construction des projets
21/05 : Come & Share #8

Un temps d'échange et de partage

- Le Come & Share : un espace pour échanger et partager ses bonnes pratiques, peu importe son niveau de connaissances
- Pas de réponse exhaustive, pas de position d'expert

Mathilde Pondevie

Booster Academy
DIRECTRICE



Alexandre Issaka

Scrumerie.com

CEO



RDV sur Klaxoon

Lien : klaxoon.com

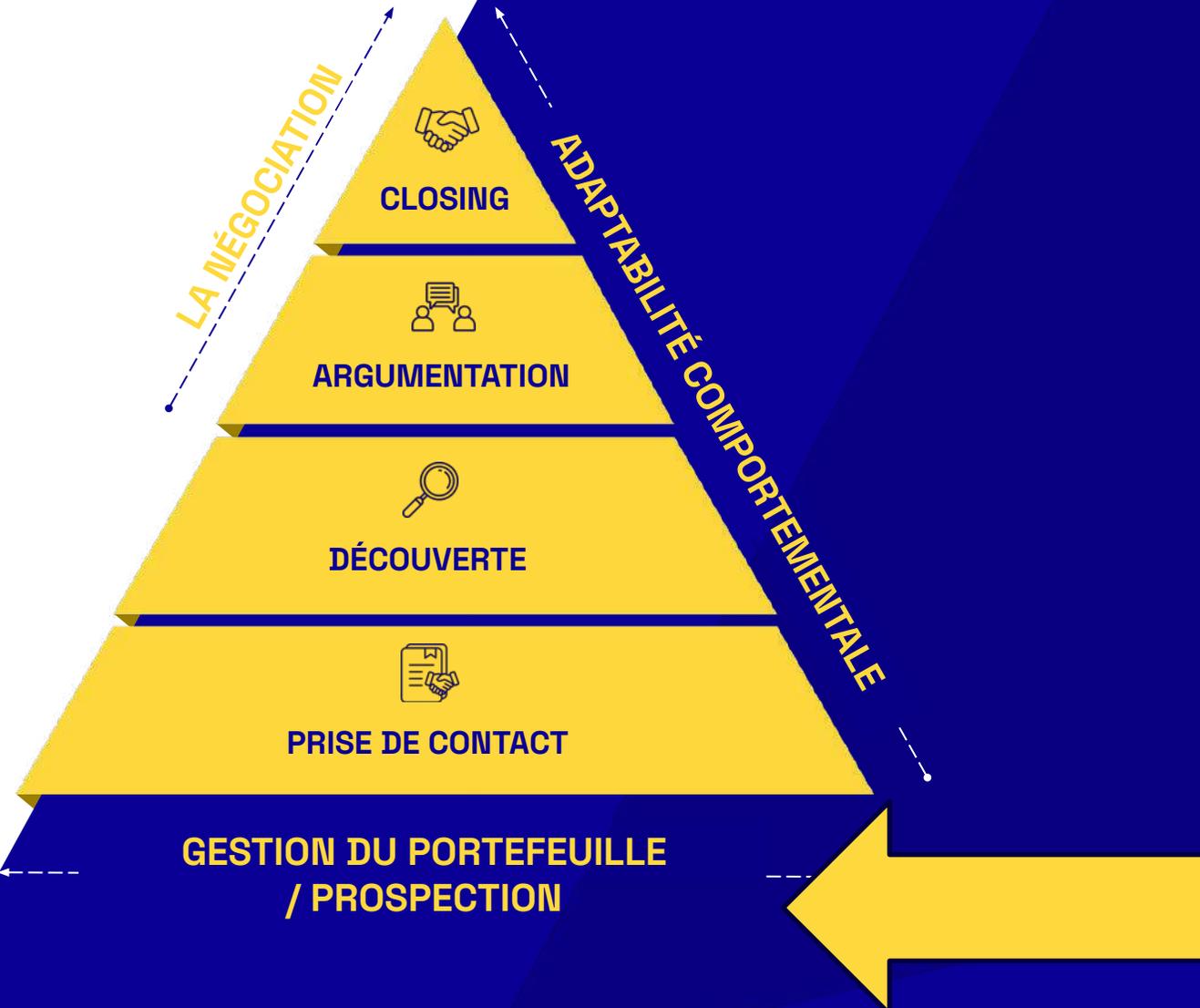
Mot de passe : Q74U4GC

(un pseudo vous sera demandé)

La pyramide de la vente



La vente est comme une **pyramide**. Chaque étape sert de base à l'étape supérieure.
Si la base n'est pas solide, aucune chance d'arriver au sommet, donc aucune chance de vendre.



Échauffement

À quelle fréquence interagissez-vous avec des services basés sur l'intelligence artificielle ?

choix unique

5 choix



0%

Rarement ou jamais

75%

Quelques fois par mois

25%

Plusieurs fois par semaine

0%

Tous les jours

0%

Plusieurs fois par jour

Situation de référence



Travail individuel



Durée du brainstorming
5 minutes



**Auto-analyse des actions de
Prospection et de développement menées
au quotidien**

Actions de prospection	Temps mobilisé (par action / par mois)	Les moyens / outils utilisés	ROI (1 à 4)
Réseaux pros / Assos	<p>4h</p> <p>4h/mois</p> <p>5h</p>		
Salons	<p>3j/mois</p> <p>Rare</p>		
Linkedin	<p>4h</p> <p>4-6h/semaine</p> <p>Tous les jours</p> <p>30h/mois</p>	<p>Waalaxy</p> <p>4h / sem</p> <p>sales Navigator</p> <p>Sales Navigator</p> <p>Sales nav</p> <p>IA pour réaliser les images et trame de post</p>	<p>3</p>
E-mails	<p>2h/jour</p> <p>Copilot mais bof !</p> <p>Beaucoup</p>	<p>La growth machine</p> <p>GPT</p> <p>Chat GPT</p>	
Porte à porte			

Musculation



Brainstorming en collectif

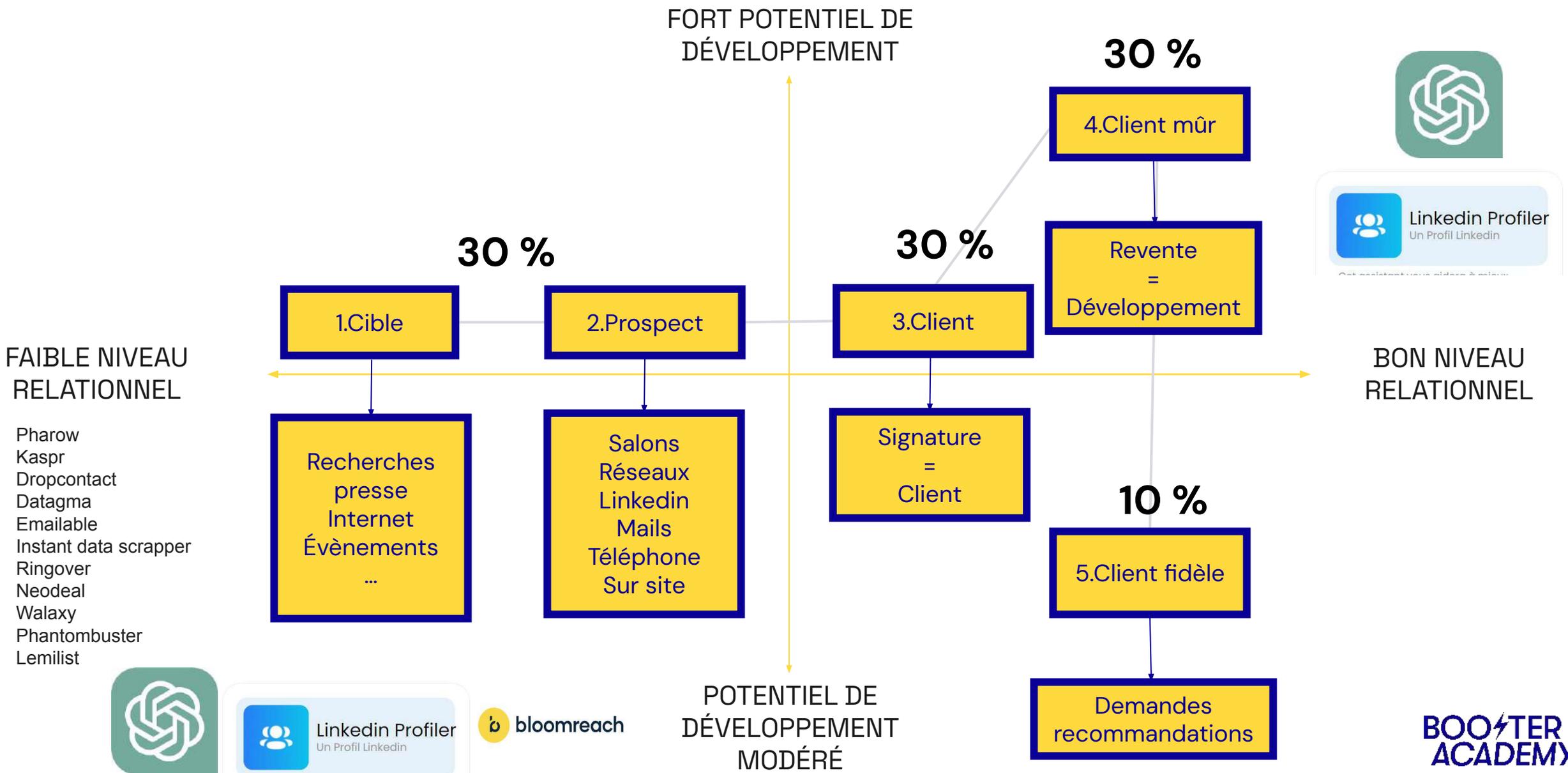


Durée 5 minutes



A votre avis, combien de temps devez-vous consacrer à chaque étape du cycle de vie de votre client ?

Musculation : le cycle de vie d'un client



Musculation : optimiser la prospection grâce à l'IA

Les bénéfices de l'IA :

Gain de temps minimum de 50% sur le travail d'analyse et de formalisation (pitch, mail, et mise en relation LinkedIn) pour les commerciaux.

Interactions ultra personnalisées pour chaque prospect grâce aux profilages des sites internet des cibles et des profils LinkedIn. Des écrits plus impactants et qualitatifs pour les prospects.

Plus de crainte du syndrome de la page blanche, L'IA soumet des propositions qu'il suffit d'ajuster en fonction des prospects. Moins d'effort à réaliser dans l'écriture pour le commercial... donc moins de procrastination.

Musculation : optimiser la prospection grâce à l'IA

Les actions que l'IA mènent pour vous :

Le profilage des sites web des entreprises avec pour résultat l'analyse complète de :

- L'activité de l'entreprise
- Les clients et les concurrents potentiels
- Les besoins du secteur d'activité
- Les points de douleurs du secteur d'activité
- Les mots clés de l'entreprise
- Le pitch de l'entreprise

Musculation : optimiser la prospection grâce à l'IA

Les actions que l'IA mènent pour vous :

Le profilage du profil LinkedIn avec pour résultat l'analyse complète de :

- La carrière du prospect
- Le profil de communication (DISC)
- Les Sujets importants du prospect
- La demande de mise en relation LinkedIn
- L'introduction par mail

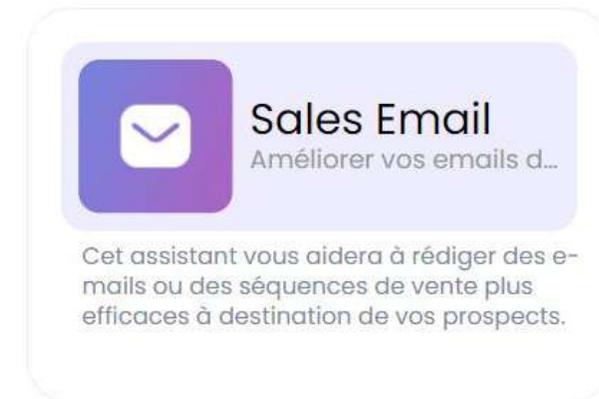


Musculation : optimiser la prospection grâce à l'IA

Les actions que l'IA mènent pour vous :

La formalisation d'e-mails personnalisés :

- Générer un email de prise de contact directe avec une proposition de valeur
- Générer un email de résolution de problème
- Générer un email basé sur des témoignages clients
- Générer un email comprenant le storytelling



Musculation : optimiser la prospection grâce à l'IA

Les actions que l'IA mènent pour vous :

La formalisation de contenus et proposition commerciale personnalisés

- Générer un pitch adapté au prospect
- Personnaliser la proposition commerciale
- Formaliser des arguments clés
- Traiter les objections éventuelles
- Créer du contenu inspirant pour le prospect



Prospection assistée par IA lors de campagne email/ linkedin

Les actions que l'IA mènent pour vous :

L'envoi de mails personnalisés, aux bons clients et aux bon moments.

- Créer des e-mails personnalisés
- Créer une segmentation client intelligente basée sur les comportements clients et les données clients
- Analyser les performances des emails grâce à des tableaux de bord BI



L'intégration de l'IA dans les campagnes d'emailing révolutionne la communication entre les entreprises et leurs clients, rendant chaque message hautement personnalisé et augmentant significativement l'efficacité des interactions.

Prospection téléphonique assistée par IA

Cas d'usages :

- Générer des scripts d'appels dynamiques basés sur les informations du prospect et les interactions passées pour augmenter le taux de conversion.
- Evaluer en temps réel les réactions et le ton de la voix du prospect pendant l'appel pour ajuster et améliorer les chances de succès.



L'intégration de l'IA dans les campagnes d'emailing révolutionne la communication entre les entreprises et leurs clients, rendant chaque message hautement personnalisé et augmentant significativement l'efficacité des interactions.

Prospection assistée par IA lors d'un salon professionnel

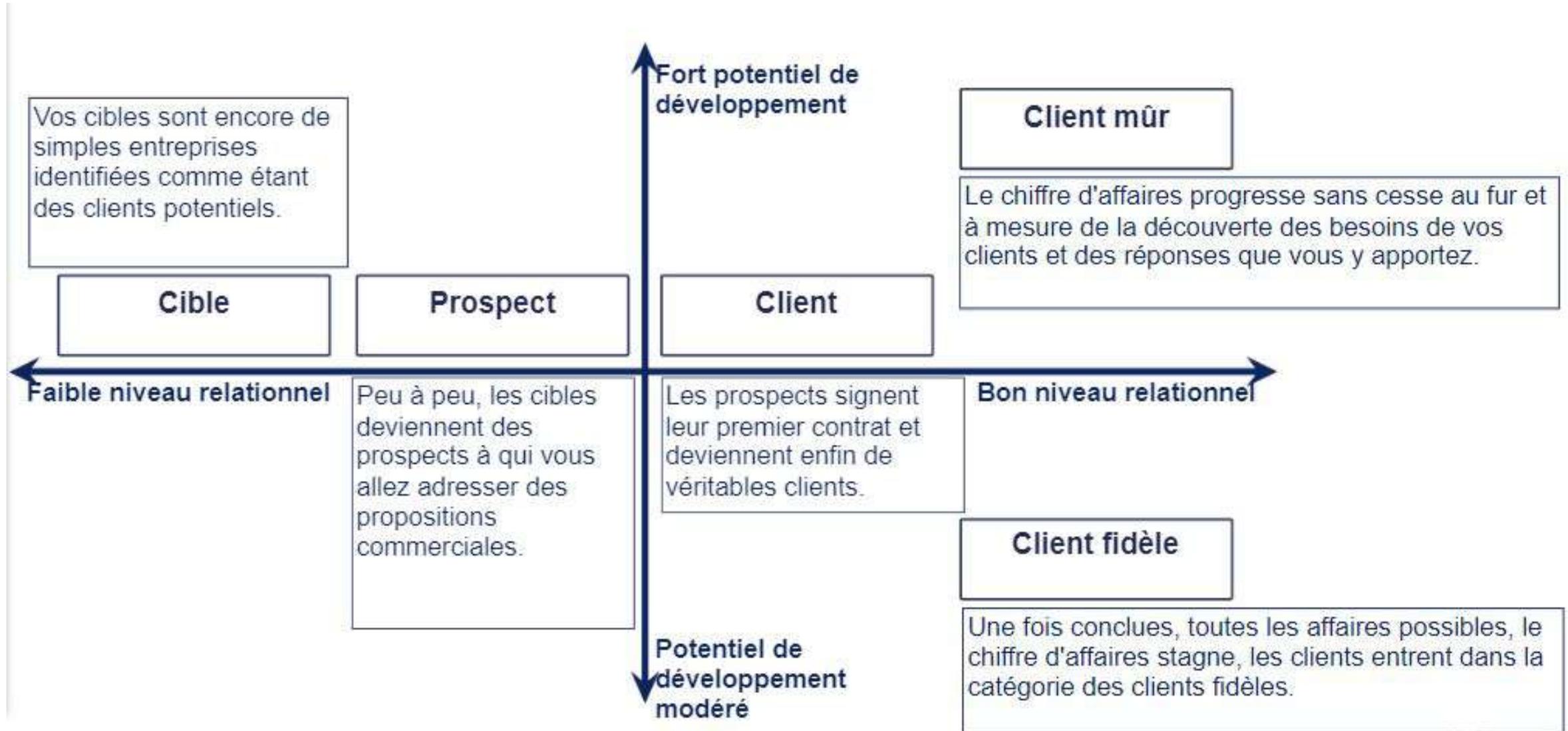
Cas d'usages :

- Analyse de la fréquentation en temps réel pour optimiser la présence et temps de pause sur le stand
- Analyse des discussions en temps réel pour ajuster le discours commercial et maximiser son impact.



L'intégration de l'IA dans la prospection lors de salon transforme l'expérience des participants et exposants, rendant chaque interaction personnalisée et plus efficace.

Le cycle de vie d'un client



Musculation : optimiser la prospection grâce à l'IA

ATTENTION

Seul le commercial sait identifier le bon niveau d'information + le bon niveau de contenu grâce à :



et attention aux politiques d'entreprises de sécurité au niveau Direction générale et DSI

« L'intelligence artificielle est au service de l'intelligence humaine »

Prochains événements ADN Ouest

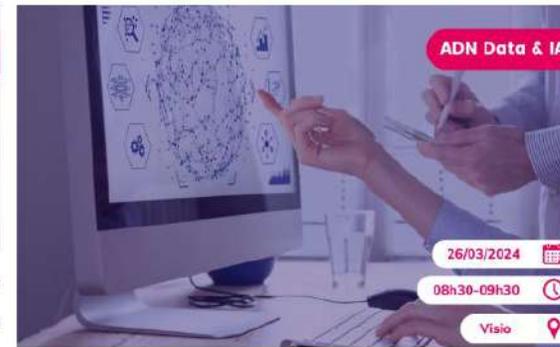


21
Mars

Le Café Management #4

En visio - 21 mars 2024 de 16h00 à 17h00

Les membres de la communauté ADN Management vous proposent un nouveau



26
Mars

Le café des DMO (Data Management Officers) : Comment montrer la non-qualité des données sans froisser les métiers ?

En visio - 26 mars 2024 de 08h30 à 09h30



26
Mars

RH : Accompagner la transformation des organisations à l'ère de l'IA

26 mars 2024 de 18h00 à 20h00 - Halle 6 Ouest Nantes Université - 42 Rue la Tour d'Auvergne, 44200 Nantes, France



26
Mars

Ramène ton CODIR #2 : de la vision à l'action !

26 mars 2024 de 18h30 à 21h30 - Rennes Métropole - 4 Av. Henri Fréville, 35200 Rennes, France

La communauté Management d'ADN Ouest, l'ANDRH Bretagne Est et la DECG 35



28
Mars

[La Roche-sur-Yon] Journée du Numérique Responsable dans l'Ouest #2

28 mars 2024 de 08h45 à 12h30 - La Loco Numérique - 125 Bd Louis Blanc, 85000 La Roche-sur-Yon, France

ADN Vendée et la communauté Numérique



10
Avril

ADN Stratégie Digitale : on écrit la suite ensemble ?

10 avril 2024 de 18h00 à 20h30 - Halles 1 & 2 - 5 All. Frida Kahlo, 44200 Nantes, France

Prochain Come & Share

- RDV le 21/05 à 11h00
- Partagez vos idées de sujets dans le klaxoon

**Merci pour votre
participation !**



Vous êtes au 
du numérique !

www.adnouest.org

Partagez votre expérience :

 @adnouest