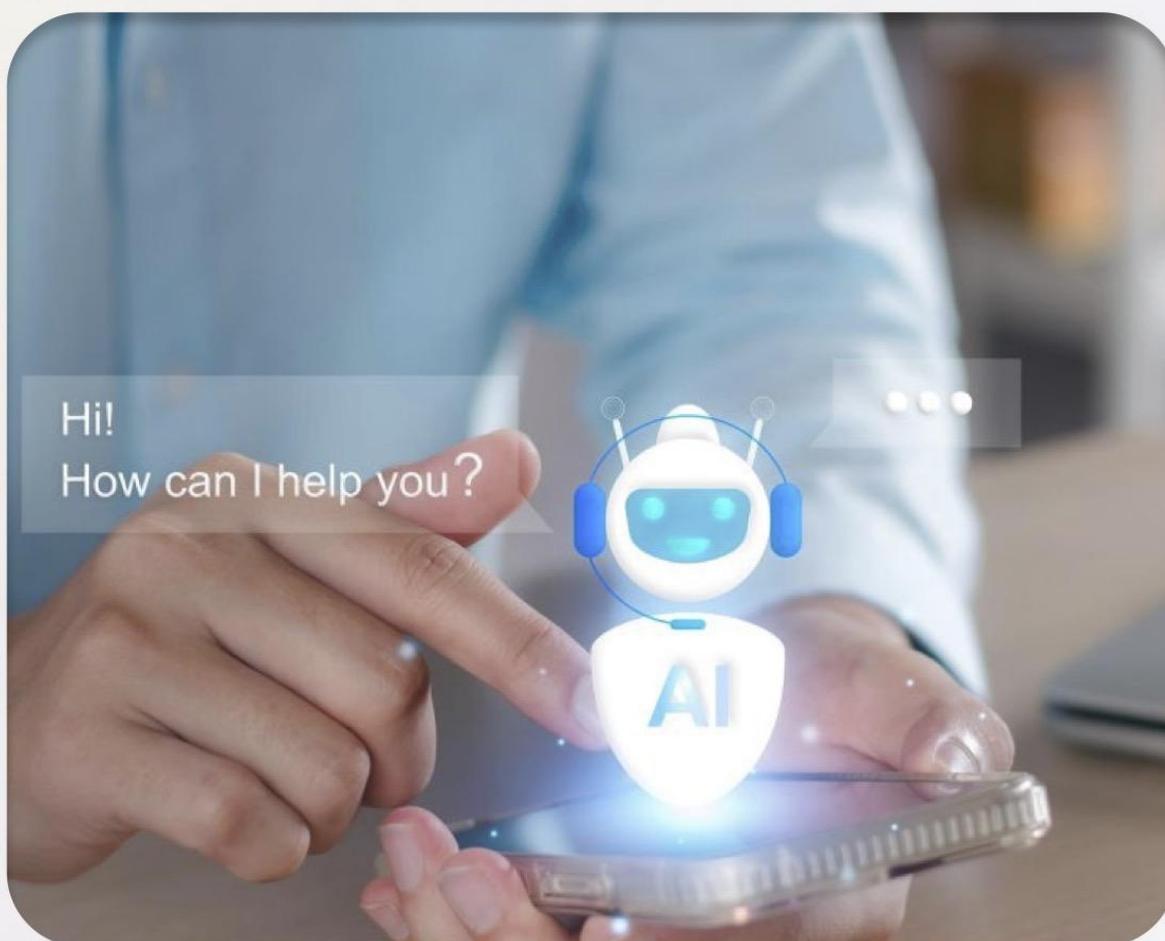


MAG B2B

MAG B2B • Le magazine qui vous décrypte l'actualité BtoB



L'AVÈNEMENT DES ASSISTANTS IA

ASSISTANTS IA | EXTENSION GETQUANTY | AVIS D'EXPERTS
ACTUALITÉS | ASTUCES & BONNES PRATIQUES



Edito

Cher lecteur,

Vous avez entre les mains la dernière édition semestrielle du mag B2B, le magazine qui décrypte les actualités, les tendances et les best practices du marketing et de la vente en B2B.

Dans cette édition, nous décryptons le phénomène de **l'intelligence artificielle** et plus particulièrement de sa déclinaison dans le monde professionnel sous la forme de véritables **assistants IA**. A travers une analyse approfondie des outils déjà disponibles sur le marché, et les interviews de deux experts Christophe Bernoud et Hervé Gonay qui accompagnent les entreprises dans leur mutation vers l'IA, nous vous livrons notre vision de ce qui pourrait bien transformer votre quotidien dans les mois à venir.. jusqu'à recruter votre premier employé 100% IA ?

Nous avons également invité nos partenaires ou clients à s'exprimer au travers de tribunes ou de témoignages sur leur usage de ces nouvelles capacités dans leur prospection et de l'intégration de la technologie GetQuanty dans leur propre plateforme pour leurs clients.

Vous retrouverez également une **sélection des meilleurs contenus podcasts, livres blancs et webinars** et évènements à ne pas manquer sur le thème de l'IA B2B, ainsi que des KPI réunis dans une infographie.

Enfin, notre équipe vous livre ses dernières astuces pour tirer parti au mieux des outils de la gamme GetQuanty ou ClicSight ainsi qu'un retour d'expérience par l'équipe qui a développé la plateforme, et des conseils pour bien se former en présenciel ou à distance avec la nouvelle plateforme communautaire Circle.

Nous espérons que vous apprécierez ce format et cette thématique, et restons à l'écoute de vos suggestions d'améliorations et vos propositions de contribution dans ces lignes !

Bonne lecture,

Sommaire

1

Dossier thématique

2

Les contenus à ne pas manquer

3

Regard sur l'équipe

4

Les événements à ne pas manquer

5

Les KPI

6

Se former avec Getquanty

7

Témoignages clients

8

Astuces & bonnes pratiques

Dossier thématique



Dossier thématique

L'avènement des assistants IA :

"Recrutez votre premier assistant IA" !

Cette annonce impensable il y a quelques mois est maintenant monnaie courante...et pas qu'aux Etats-Unis ! Bienvenue dans un monde (merveilleux ?) du marketing assisté par l'intelligence artificielle !

Dans ce dossier de rentrée du mag B2B nous nous intéressons et décryptons pour vous le "phénomène" des assistants IA dans le domaine du marketing et du commerce et tentons de répondre aux questions suivantes :

- *Pourquoi des assistants par IA et jusqu'où peuvent-ils aller?*
- *Comment choisir ou concevoir un bon assistant IA ? Qu'est ce qui fait un "bon" assistant? Quels outils sont déjà disponibles?*
- *Quels sont les assistants qui fonctionnent le mieux ?*
- *Les assistants IA vont-ils remplacer les humains ?*

— Le nécessaire avènement des assistants IA

L'IA générative marque un véritable tournant dans l'adoption de l'intelligence artificielle dans l'entreprise et en particulier dans le domaine marketing et commercial.

En effet, jusqu'à chatGPT, l'IA était réservée aux équipes techniques et data qui utilisaient déjà la puissance de cloud pour mettre au point des algorithmes profilant les comportements des acheteurs pour optimiser les actions et messages publicitaires. Getquancy a d'ailleurs été un des pionniers de ce nouveau domaine en inventant les premiers algorithmes dans le cloud de Google permettant de calculer la chaleur des entreprises visitant un site web, reconstituer l'organigramme de ces entreprises, caractériser leurs centres d'intérêt, etc..

Mais avec l'IA "générative" et l'interface simplissime proposée par OpenAI via chatGPT, pour la première fois les équipes métiers ont été en contact direct avec une IA, bien plus puissante que tout ce qui avait été imaginé jusqu'ici et avec une capacité d'interaction bluffante en langage naturel

Dossier thématique

Les premières équipes mises au courant du “tuyau” avant l’arrivée publique de chatGPT ont commencé à utiliser des outils comme Jasper.AI permettant de rédiger des contenus pour les blogs sur à peu près n’importe quel sujet, et espéraient garder longtemps le secret partagé par la communauté des agences marketing et de contenu...

ChatGPT a inventé une interface directe, **capable de répondre à à peu près n’importe quelle question ouverte, dans n’importe quelle langue, et avec un niveau de pertinence** tel que son usage s’est développé de manière “sauvage” hors de contrôle des DSI des entreprises..

Les métiers du marketing sont naturellement les premiers à être impactés par l’IA générative car le sens même du marketing consiste depuis toujours à adapter un message aux meilleures cibles pour ses produits, idéalement dans une approche “1to1” mais avec une capacité à le faire de manière massive.

Cette quadrature du cercle était impossible à résoudre jusqu’à l’arrivée de l’IA générative ce qui avait encouragé le développement de **techniques marketing assez grossières héritées du B2C** : séquences emails robotisées, campagnes publicitaires massivement distribuées avec des taux de réactivité très faibles, sites webs génériques avec des navigations compliquées, compétition sur quelques mots clés “attrape tout” avec une audience très mal ciblée et des taux de conversion très faibles... le tout avec des équipes en B2B sous staffées réduites à quelques seniors entourés d’alternants.

La promesse de cette nouvelle IA est de pouvoir enfin diffuser des messages à large échelle sans sacrifier la personnalisation et en adoptant d’office les **meilleures pratiques** “appries” par l’IA pour une **efficacité maximale**, tout en faisant des **gains de productivité** extraordinaires. Au lieu d’envoyer un emailing générique à une base de 10000 prospects, on va pouvoir enfin créer des contenus voire des séquences qui s’adaptent à chaque profil !

Mais pour cela il faut des outils qui soient capables d’apprendre les codes “propres” de l’entreprise, son métier, son “ton of voice”, et de s’insérer dans l’écosystème déjà existant de l’entreprise (outils d’emailings, sites web, marketing automation, livres blancs, plateformes, événementielles, etc..), tout ce qu’une nouvelle recrue met jusqu’ici des mois à intégrer (si tant est que l’historique de l’entreprise est bien documenté..) .. afin d’en faire de véritables **“assistants métiers virtuels”**.



Dossier thématique

— Qu’est ce qu’un (bon) assistant IA ?

OpenAI a bien compris que l’interaction libre en mode “chat” ne suffisait pas, en proposant dès fin 2023 de créer des “gpts”, embryons d’assistants que l’on peut sauvegarder pour un usage future avec ses prompts, et même intégrer dans ses propres outils via des apis. Dans la foulée Amazon a sorti la plateforme partyRocks, simplifiant encore la création de mini applications enchaînant plusieurs tâches et qu’on pouvait également partager (de manière publique).



En parallèle de nombreux acteurs ont créé des “banques de prompts” partagées permettant d’économiser le temps de création de ses propres prompts si on a une idée précise en tête.

Car en effet, il y a un hic dans la promesse de ces “super IA” : la qualité de la sortie est très difficilement maîtrisable, et il faut passer des heures à reformuler la question pour obtenir une réponse à peu près exploitable (taille, style, contenu à inclure/ exclure, format) .. et ce qui était au final un gain de temps devient vite chronophage et décourageant si vous n’êtes pas vous même un expert du sujet que vous creusez.. et vous ne saurez même pas juger de la qualité

de la proposition qui en apparence vous paraîtra tout à fait pertinente....

Ce qu’il manque pour que cette “intelligence” soit réellement à votre service, c’est un “traducteur” avec son propre savoir faire et expertise, mêlé à celui de votre entreprise, en qui vous pouvez avoir confiance, et qui fera qu’en un minimum d’informations fournies, la réponse sera exploitable à 90% ! C’est ce qui caractérise un bon assistant que l’on aurait recruté et bien formé... et c’est exactement ce que doit être un assistant IA pour vous !

Nous avons dégagé plusieurs critères qui nous paraissent essentiels pour **caractériser un bon assistant IA**.

1/ Il doit être spécialisé, c’est-à-dire être optimisé pour la réalisation d’une opération métier précise : rédiger un emailing, créer un webinar, rédiger une proposition commerciale, optimiser un article pour le SEO, etc... L’ennemi du bon assistant IA c’est l’assistant générique ‘moyen’ qui ne vous apporte pas ou ne vous permet pas d’injecter votre propre expertise.

2/ Qui dit assistant spécialisé, dit multiplication des assistants : il est donc impératif que **vos assistants partagent un mode de fonctionnement commun et une interface utilisateur intuitive et simple** ! Et que l’accès à vos assistants soit possible en un clic depuis n’importe quel document sur lequel vous travaillez > privilégiez les outils ayant une extension de navigateur et la possibilité d’aspirer du contexte pour éviter les allers retours pénibles entre assistants ou avec vos propres outils !

Dossier thématique

Ce ne doit pas être juste une “banque de prompts” qui serait trop dépendante d’un LLM en particulier et au contraire ils doivent vous **permettre de choisir votre propre LLM** suivant les cas ou vos propres contraintes de coût / sécurité (par exemple, la possibilité d'utiliser Mistral paraît essentiel pour les sociétés soucieuses de faire travailler l’IA en silo sans partager les données aux US). Cette indépendance permettra également de **bénéficier des futures améliorations des IA** avec une bonne capacité à **suivre sans surcoût l’évolution naturelle et rapide des générations de moteurs**.

3/ La dissociation du contexte entreprise et du prompt doit être claire et idéalement structurée par assistant. En effet, un assistant métier doit répondre à un objectif clair, correspondant à une tâche récurrente ou complexe, mais qui à chaque utilisation va utiliser une partie de contexte différent (par ex le sujet d’un email, la cible, le format) et une partie de contexte réutiliser (par exemple une description de l’offre , des documents propres à l’entreprise, une méthodologie qui doit être utilisée).

Si votre assistant est optimisé pour votre usage métier, **sa valeur consiste justement à savoir poser la bonne question à l’IA ou aux multiples IA** qu’il va devoir mettre en jeu pour répondre à votre besoin, en s’alimentant à la fois de sa banque de données d’exemples propres et de vos éléments spécifiques, et à minimiser la consommation de tokens et la qualité de la sortie sans que vous ayez vous à le faire.

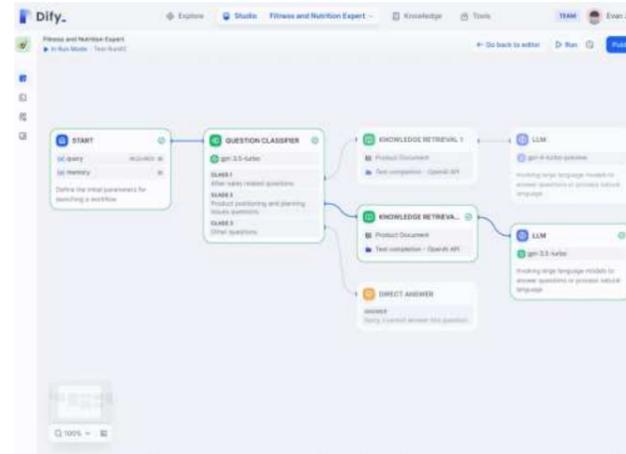
Il doit vous permettre de peaufiner et d’éditer le résultat de manière simple et d’exporter facilement dans vos propres contenus avec un minimum de retouches nécessaires. Il est donc important de s’assurer que l’assistant peut non seulement copier/coller le résultat, mais aussi **conserver l’historique** et/ou se faire envoyer le résultat par email ou au format word / excel par exemple. Si vous souhaitez à terme réutiliser ou intégrer ces assistants à vos propres outils, préférez une plateforme qui permet d’interroger également vos assistants **par messagerie instantanée comme slack /teams ou par api** (comme Dust , Dify ou Zenbaia)

— Comment intégrer des assistants IA dans mon organisation ?

Dès lors, plusieurs options se présentent à vous :

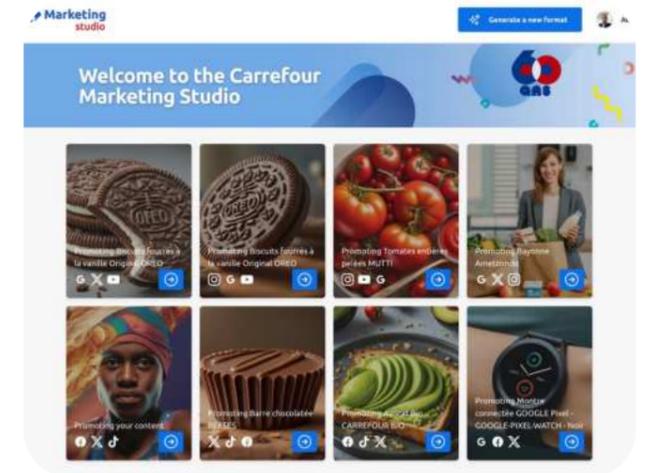
- **Vous créez vos propres assistants IA** et les partagez à votre équipe voire à toute l’entreprise (via une plateforme permettant de sauvegarder vos prompts, les organiser en mini app, les diffuser comme dify ou dust)
- **Vous attendez que vos outils actuels intègrent nativement les capacités d’IA** comme ont commencé à le faire tous les outils de création de contenus et progressivement tout l’écosystème : Notion, Slack/Teams, Bing / Copilot, Hubspot / Salesforce...
- **Vous achetez “sur étagère” des assistants déjà pré-entraînés** par rapport à vos problématiques métiers comme Zenbaia

Dossier thématique



La première option est probablement la meilleure si vous disposez de ressources internes capables d’intégrer vos propres assistants dans votre écosystème propre, ou si vous avez des contraintes de sécurité ou de confidentialité très fortes. En effet la plupart des outils intégrant de l’IA ou des plateformes sur étagères sont connectés aux moteurs d’IA dans le cloud (LLM) , posant des soucis de souveraineté ou de confidentialité ou d’accès aux ressources internes de l’entreprise pour leur faire apprendre votre contexte propre (base de connaissance, accès à des bases de données clients ou produits, etc..)

C’est par exemple l’approche qu’ont adoptée **Carrefour** ou **Alan**, qui ont mobilisé leurs équipes de développement interne pour mener à bien de multiples projets et les intégrer aux outils “maison” . Carrefour a notamment développé son propre “Carrefour Marketing Studio” en 4 semaines seulement. Alan quant à lui annonce avoir déjà déployé plus de 30 assistants. Néanmoins c’est une approche coûteuse et longue qui ne permet pas de bénéficier de la



(voir le témoignage de Carrefour).

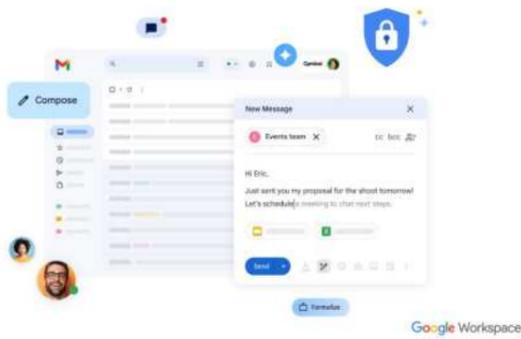


(voir la vidéo témoignage de Alan).

puissance immédiate des IA et qui donc risque d’être dépassée par un usage en direct de **chatGPT** qui ne voudront pas attendre qu’une solution interne émerge pour pouvoir rester compétitif avec les concurrents.

La deuxième option est probablement la moins coûteuse car toutes les solutions digitales sont en train d’intégrer des fonctions d’IA à commencer par Google ou Microsoft qui proposent déjà des formes d’assistants génériques au sein de documents Word ; Excel , messages Gmail ou outlook , slack/teams, mais aussi tous les outils liés à la production de contenu.

Dossier thématique



Toutefois ces plateformes risquent d'en profiter pour augmenter leurs tarifs. C'est déjà le cas par exemple pour utiliser les capacités **Gemini** dans la suite bureautique Google qui oblige à passer au plan "**Gemini Advanced**".

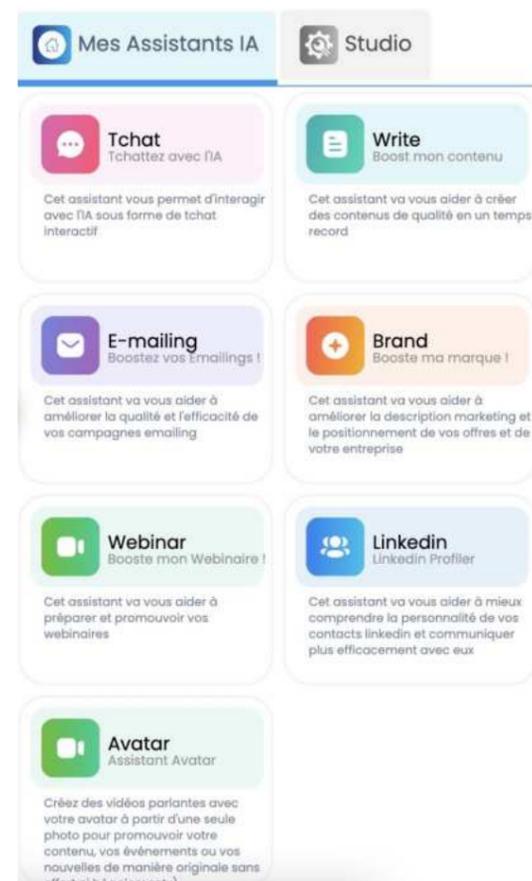
D'autre part, cela vous rend dépendant du rythme d'évolution de chaque plateforme et ne couvrira pas vos besoins plus spécifiques liés à vos applications métiers pour lesquelles vous continuez d'avoir besoin de créer "en dehors" vos contenus boostés par l'IA. L'autre bémol est que ces IA seront nécessairement très génériques et ne pourront vous proposer le même niveau d'instanciation et d'appropriation de vos propres contenus entreprise (contexte) ou vous demanderont de les exposer dans leurs plateformes moins sécurisées...

Ici on ne peut pas vraiment parler d'assistants IA, mais de fonctions bureautiques augmentées par l'IA.

Si vous souhaitez exploiter dès maintenant les capacités de l'IA pour vous faire gagner du temps et de la qualité dans vos tâches quotidiennes, préférez la dernière option (non exclusive des deux premières) pour les usages les plus fréquents ou chronophages :

Il existe désormais d'excellentes plateformes de création ou d'utilisation d'assistants métiers B2B comme zenbaia qui vont vous permettre de créer vos propres assistants personnalisés tout en bénéficiant de **l'expertise cumulée des IA et d'experts qui les ont entraînés pour vos besoins propres**.

Si vous avez déjà créé pour votre usage propre des premiers prompts pour optimiser vos contenus marketing, ces plateformes vous permettront de les récupérer et les migrer dans le format spécifique afin de permettre une réutilisation et un partage plus facile au sein de vos équipes tout en ajoutant des couches de sécurité et une UX simplifiée pour un usage à plus large échelle.



Dossier thématique

— Quels sont les assistants qui fonctionnent déjà ?

Passons aux travaux pratiques : vous vous demandez probablement les cas d'usages qui ont déjà été transformés en assistants IA avec succès par vos collègues marketeurs et commerciaux B2B ?

Voici les principaux que nous avons pu recenser:

- **Redéfinir vos personas** : l'assistant Brand de Zenbaia permet par exemple de déduire de vos contenus déjà écrits quels sont les personas les plus susceptibles d'être intéressés : une manière intelligente et rapide, en parcourant vos pages, de refaire votre ciblage !
- **Optimiser et décliner vos contenus digitaux par cibles** : pages webs, livres blancs, brochures : une fois vos persona (re) définis, le même assistant IA peut instantanément réécrire vos articles, pages produits, ou brochures pour en faire autant de version que de verticales métiers, sensibilités, profil d'entreprises visées : il ne vous reste plus qu'à trouver le moyen de les diffuser au bon public (par exemple via Getquany qui détecte et qualifie en temps réel vos visiteurs et peut proposer la page ou le contenu adaptés !)
- **Optimiser vos messages et séquences de nurturing et emailing (email / linkedin)** : l'assistant mailing de zenbaia permet par exemple à partir d'un contenu pré écrit ou une simple thématique de remplacer votre séquence générique en autant de versions spécialisées par cible, qui vont utiliser les

arguments dans le jargon et les enjeux spécifiques, trouver les bons objets, choisir les références clients pertinentes, et varier le ton et le style de l'emailing d'une séquence à l'autre !

- **Organiser des webinars ou ateliers percutants et toute la communication avant/après** : le best seller des assistants Zenbaia intégré à la plateforme Getquany vous aide à préparer vos prises de parole. Non seulement il rédige pour vous la description du webinar et les invitations email et post sociaux les plus efficaces, mais il peut vous suggérer un plan à partir de la problématique et même vous entraîner en identifiant les principales objections du public ... et vous proposer les meilleures réponses !
- **Account based marketing** : analyser finement vos prospects et leurs contacts clés : si vous faites de l'ABM et souhaitez intéresser des comptes complexes, vous aurez besoin d'un assistant qui aidera votre account manager à réagir sur l'actualité de vos comptes clés, proposer des réponses, approcher de nouveaux interlocuteurs sur le compte depuis linkedin et surveiller leur réaction pour rebondir et augmenter leur engagement.
- **Prospection assistée** : rédaction de messages d'accroches commerciales personnalisées : de nombreux assistants spécialisés dans l'assistance commerciale sont aujourd'hui capables de proposer des emails qui vont adapter le discours commercial à un destinataire en particulier, notamment lors des tous premiers messages d'accroche comme linkedin helper ou Clicsight.

Booster votre Référencement avec l'IA : Découvrez "Brand", l'Assistant IA de Zenbaia

Dans l'environnement concurrentiel du marketing B2B, une présence en ligne optimisée n'est plus une option, mais une nécessité. Pour se démarquer et attirer les bons prospects, le référencement (SEO) est crucial. Cependant, la gestion de ce levier stratégique demande du temps, de l'expertise et une capacité à s'adapter aux évolutions constantes des algorithmes de recherche. C'est ici qu'intervient Brand", l'assistant IA innovant développé par Zenbaia. Bien plus qu'un simple outil, "Brand" est un partenaire stratégique pour les marketeurs B2B, offrant une solution complète pour améliorer le positionnement digital de votre entreprise et maximiser l'impact de votre SEO.

Pourquoi l'assistant IA "Brand" est-il un atout pour les professionnels B2B ?

1. Amélioration de la description marketing et du positionnement :

L'assistant IA "Brand" vous aide à affiner et à améliorer la description marketing de vos offres, en s'assurant qu'elles résonnent parfaitement avec votre audience cible. Grâce à des analyses basées sur l'IA, "Brand" génère un elevator pitch percutant, capable de captiver vos prospects en quelques secondes. Cet assistant ne se contente pas de reformuler vos messages, il les renforce en prenant en compte des critères stratégiques essentiels pour votre secteur, afin de garantir que votre positionnement sur le marché soit à la fois distinctif et impactant.



- Catégorie "SEO" : L'optimisation du contenu pour le SEO devient simple avec "Brand". En intégrant des mots-clés ciblés de manière stratégique, cet assistant IA ajuste votre contenu pour qu'il soit parfaitement aligné avec les critères de référencement les plus actuels, augmentant ainsi vos chances de remonter en tête des résultats de recherche.

3. Génération de profils de personas cibles avec "Persona"

Comprendre votre audience est la clé pour des campagnes marketing efficaces. "Brand" inclut une fonctionnalité appelée "Persona", qui vous permet de générer automatiquement les profils de vos personas cibles. En activant cette catégorie sur n'importe quel site web, l'IA identifie les caractéristiques démographiques et comportementales de votre audience, vous offrant ainsi des insights précieux pour affiner votre stratégie marketing et cibler plus précisément vos prospects.

1. Segment : Responsable Marketing B2B

- Prénom : Sophie
- Domaine d'activité de sa société : Logiciels de gestion d'entreprise (ERP)
- Position hiérarchique : Cadre
- Titre de sa fonction : Responsable Marketing Digital
- Âge : 35 ans
- Rémunération : 60 000 € par an
- Niveau d'éducation : Master en Marketing
- Lectures : Blogs sur le marketing digital, livres sur l'ABM (Account-Based Marketing), études de cas sur les campagnes réussies.

4. Réécriture et amélioration de contenu : L'exemple de GetQuanty

L'option "Réécrire" de "Brand" est un outil puissant pour redynamiser le contenu existant sur votre site ou blog. Que vous souhaitiez simplement reformuler du texte pour en améliorer la clarté ou l'adapter à un ton spécifique, "Brand" peut le faire tout en prenant en compte les critères SEO. Ce service vous permet de renouveler vos contenus tout en les optimisant pour le référencement, assurant ainsi qu'ils continuent à performer efficacement.

Chez GetQuanty, nous avons mis à profit cet assistant IA dans le cadre de notre stratégie SEO. En nous inspirant des articles de blog les mieux référencés sur nos mots-clés cibles, nous avons utilisé "Brand" pour réécrire et adapter ces contenus performants à notre propre contexte. Cette approche nous a permis de créer des articles qui non seulement captivent notre audience, mais qui sont également optimisés pour les moteurs de recherche.

5. Conseils stratégiques avec "Coach"

Enfin, notre assistant IA ne se limite pas à l'exécution de tâches techniques. Son option "Coach" est un assistant interactif capable de répondre à vos questions en temps réel, en vous offrant des conseils sur la stratégie de marque et le positionnement digital. Que vous ayez besoin de suggestions sur l'optimisation de votre site ou d'une vision globale sur votre stratégie SEO, l'assistant "Coach" vous accompagne dans la prise de décision, vous offrant l'expertise nécessaire pour vous imposer sur votre marché.

Rencontre avec un créateur d'assistants IA B2B

"Hervé, fondateur de Zenbaia, nous ouvre les portes d'un monde où l'intelligence artificielle devient un allié incontournable pour les entreprises. Cette plateforme innovante, pionnière dans le domaine des assistants IA B2B, offre une solution complète et personnalisée pour répondre aux besoins spécifiques de chaque organisation."



Hervé Gonay

Fondateur de la plateforme ZenBaia

1/ Peux tu nous présenter en quelques mots la plateforme ZenBaia et en quoi elle permet de créer des assistants IA B2B.

Zenbaia est une plateforme innovante qui permet aux entreprises de créer des assistants IA sur mesure, adaptés à leurs besoins spécifiques. En orchestrant plusieurs intelligences artificielles et en proposant une expérience utilisateur intuitive, Zenbaia offre une solution flexible et évolutive pour les professionnels. Indépendante des modèles de langage existants, la plateforme garantit une personnalisation poussée et une adaptation aux enjeux du marché B2B.

2/ Qu'est ce qui différencie Zenbaia de l'usage de chatGPT en direct ou d'autres plateformes ?

Ce qui différencie Zenbaia de l'utilisation de chatGPT en direct ou d'autres plateformes, c'est notre approche globale et personnalisée. Contrairement à un simple échange en mode "chat", nos assistants IA B2B vous permettent de capitaliser sur des interactions riches et variées, adaptées à un usage répétitif en équipe. De plus, notre plateforme est nativement multilingue et multimodale, prenant en charge différents formats tels que l'audio, la vidéo, le texte, les PDF et les documents Word. Avec plus de 50 assistants déjà optimisés pour des situations métiers spécifiques, Zenbaia offre une expérience immédiatement déployable et sécurisée pour les entreprises de toutes tailles.

3/ Quels sont les assistants qui fonctionnent le mieux ? Qu'est ce qui est critique pour qu'un assistant apporte de la valeur en entreprise ?

En parlant de valeur en entreprise, les meilleurs assistants sont ceux qui simplifient des workflows récurrents, permettant un contrôle de la qualité et une délégation efficace des tâches.

Ils doivent également être capables de comprendre le contexte spécifique de l'entreprise, que ce soit à partir de documents, de pages web ou d'autres sources d'informations pertinentes. De l'aide au SEO à la création de contenus riches en passant par la préparation de webinaires, nos assistants sont là pour vous accompagner dans divers domaines métiers.

4/ Quelle est ta vision sur l'adoption des assistants dans les mois et années à venir ?

En ce qui concerne l'adoption des assistants dans les mois et années à venir, nous anticipons une croissance massive, mais néanmoins soutenue par un accompagnement expert pour surmonter les obstacles potentiels. Il est essentiel de se libérer au maximum des contraintes techniques et de mettre en place une méthodologie efficace pour maximiser l'utilisation des assistants, sans nécessiter une formation approfondie.

Et pour ceux qui se demandent combien cela coûte et comment créer leur premier assistant sur Zenbaia, je vous recommande de vous faire accompagner pour vos premières créations. Qui sait, peut-être deviendrez-vous même un "builder" pour concevoir des assistants pour d'autres utilisateurs à l'avenir. Chez Zenbaia, nous croyons en la puissance de l'IA pour transformer votre quotidien professionnel, et nous sommes là pour vous guider à chaque étape de votre aventure. À vos côtés, nous construisons un avenir où les assistants IA B2B deviennent des alliés indispensables pour booster votre productivité et libérer votre génie créatif.

**Découvrez vos IA
Assistants prêts à l'emploi**

zenbaia
AI ASSISTANTS

IA-Assistants métiers,
pour gagner du temps
et libérer vos zones de génies

Comment optimiser la vente stratégique B2B avec des assistants IA sur mesure - Christophe Bernoud

Christophe Bernoud est un vétéran chevronné du monde commercial high-tech. Fort de deux décennies d'expérience dans des fonctions de vente au sein de start-up et de grandes entreprises technologiques telles que Oracle, EMC et Viavy, il a acquis une expertise approfondie des meilleures pratiques du secteur. Constatant le retard pris par les entreprises françaises dans l'adoption des pratiques commerciales modernes issues des USA, il a décidé de mettre ses compétences à disposition des entreprises de l'hexagone pour les aider à mettre en place des processus de ventes efficaces grâce à l'IA. Christophe propose une approche novatrice qui semble unique sur le marché français !



Christophe Bernoud
Fondateur de INNOV N'GO
& Business Advisor de ZenBaia

1. Christophe, peux-tu te présenter brièvement pour nos lecteurs ?

Ingénieur Telecom, passionné de technologie, je possède plus de 20 ans d'expérience dans la vente de solutions high-tech, principalement destinées aux grandes entreprises. Mon parcours m'a permis de naviguer dans des environnements dynamiques et compétitifs, où j'ai constamment relevé des défis passionnants.

Au début des années 2000, j'ai eu l'opportunité de m'installer aux États-Unis, où j'ai perfectionné mes compétences en ventes complexes et stratégiques. Cette expérience m'a non seulement enrichi sur le plan professionnel, mais elle a également élargi ma vision du marché mondial.

Mon parcours entrepreneurial est marqué par la mise en place de structures de vente pour plusieurs startups SaaS.

Dans le cadre du référencement, "Brand" se distingue par ses multiples catégories conçues pour couvrir tous les aspects essentiels du SEO.

Je suis fermement convaincu que l'alliance des techniques de vente éprouvées et des outils numériques modernes est la clé pour atteindre l'excellence. En intégrant ces deux éléments, je crois fermement que nous pouvons :

- Stimuler la croissance durable
- Maximiser le potentiel commercial

Mon engagement est d'accompagner les entreprises sur le chemin de la croissance.

Plusieurs études montrent qu'on peut faire gagner entre 20 à 40% de temps aux commerciaux grâce à l'IA et c'est mon objectif.

2. Tu as plongé il y a quelques mois dans l'univers des assistants IA - comment ça s'est passé et quel est pour toi l'apport majeur de cette nouvelle approche ?

La vente de solution high-tech est souvent longue et complexe car les entreprises doivent comparer les solutions, anticiper les changements et se remettre en question sur l'adoption de la technologie. Aussi il est opportun de découper le cycle de vente en différentes étapes stratégiques et chacune d'elle pourra être optimisée par l'IA. Que ce soit pour augmenter la productivité des commerciaux, rendre leurs messages plus percutant ou pour simplement les guider tout au long d'un parcours sinueux, je suis aujourd'hui convaincu que l'IA est un élément différenciateur pour la vente high-tech B2B. De plus, si l'organisation se met d'accord sur la façon d'utiliser ses outils avec des paramètres et des données d'entrées approuvés par le management, alors la mise à disposition d'assistants IA sur mesure est la clef de la réussite.

3. Quelle est ton approche unique - Comment comptes-tu concrètement aider les entreprises à accélérer grâce à l'IA ?

Je commence par faire un diagnostic avec le DG, le marketing et les ventes pour comprendre comment l'entreprise fonctionne et ses enjeux. Je produis en quelques jours un 1er bilan et je positionne l'entreprise sur un graphe dont je discute avec le CEO. A partir de cette photo de départ, je définis avec le CEO les sujets prioritaires à améliorer et la cible à atteindre sous 6 mois (génération de leads, closing, digital, site web, assistants IA...).

Je propose la mise en place d'une méthode de vente structurée et documentée et qui comporte différents recours à l'IA. Selon les priorités de l'entreprise, nous nous mettons alors d'accord sur les assistants IA sur mesures à mettre en place en priorité pour générer de la croissance.

Aujourd'hui nous avons à notre disposition sur la plateforme [Zenbaia](#), différents assistants IA pour la vente B2B qui permettent au client de tester rapidement



4. Quels sont les gains à escompter par l'application de ta méthodologie ?

Plusieurs études montrent qu'on peut faire gagner entre 20 et 40% de temps aux commerciaux grâce à l'IA et c'est mon objectif. Un exemple très simple est la rédaction d'emails percutants en fonction du profil du prospect, des enjeux de son entreprise et de la proposition de valeur apportée du vendeur.

L'Assistant IA peut aussi challenger les commerciaux en leur posant des questions et les inciter à vendre de la valeur en plus de la technologie.

5. Qui sont tes clients et comment fait-on appel à toi ?

J'interviens aujourd'hui auprès de start up et sociétés de service IT... mais ma méthode s'adresse à toute PME/ETI qui veut scaler et moderniser ses processus de vente. Les éditeurs logiciels sont en général plus matures et seront les plus réceptifs à mes méthodes. On peut me contacter sur Zenbaia ou Innovngo...

L'IA : Le Secret des Champions de la Vente High-Tech

Dans un marché où la complexité des solutions technologiques peut freiner les décisions d'achat, l'IA se positionne comme un levier essentiel pour optimiser chaque étape du cycle de vente. De la prospection ultra-ciblée à la personnalisation des messages, elle permet aux équipes commerciales de gagner en précision et en efficacité.

- **Un Cycle de Vente Optimisé** : L'IA accompagne les commerciaux dans la prospection, la création de messages percutants, et la navigation à travers les décisions complexes des clients. Avec un assistant virtuel capable d'analyser des milliers de données instantanément, les commerciaux disposent d'un copilote pour prendre des décisions éclairées et adopter la meilleure approche pour chaque prospect.
- **Productivité Démultipliée** : Grâce à l'automatisation intelligente et aux insights stratégiques fournis par l'IA, les équipes peuvent se concentrer sur l'essentiel : la relation client. Ces outils personnalisés boostent la performance commerciale tout en apportant un coaching adapté à chaque style de vente.
- **Réussite Assurée : Alignement IA et Stratégie** Pour maximiser l'impact de l'IA, il est crucial que la direction et les équipes de vente soient alignées sur son utilisation. Le paramétrage sur mesure, des données de qualité, et une formation continue assurent une exploitation optimale des assistants IA.

En adoptant l'IA, les entreprises ne font pas que vendre des solutions, elles redéfinissent l'excellence dans la vente B2B, prêtes à conquérir de nouveaux marchés et dépasser leurs objectifs.



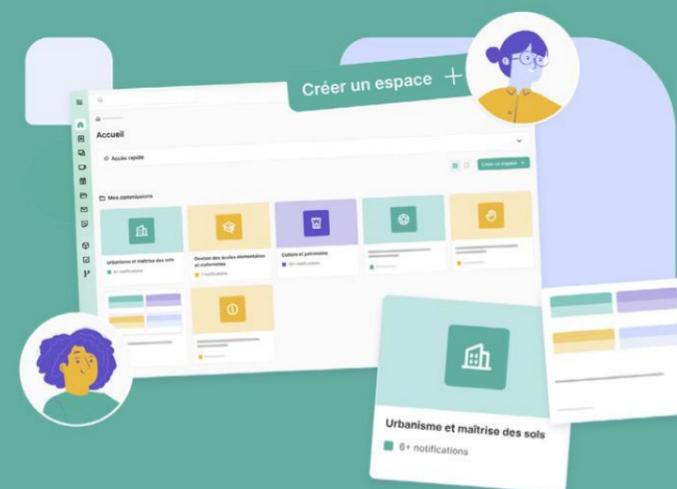
Une plateforme collaborative enfin française, enfin sécurisée.

Alternative à Microsoft Office 365 et Google Workspace qui répond aux besoins de collaboration et de sécurisation des données dans toutes les entreprises !

400 000
Utilisateurs

Lauréat France 2030

1 400
Clients



Une plateforme collaborative pour :

- augmenter la productivité de vos collaborateurs,
- obtenir plus de visibilité sur les projets de votre entreprise,
- stocker des documents tout en garantissant leur sécurité grâce à la labélisation SecNumCloud de notre hébergeur.

Obtenez une démonstration gratuite avec nos chefs de projet !

Scannez le QR Code pour planifier un rendez-vous !



Recrutez votre premier employé IA : La prochaine étape du marketing B2B

Dans un monde où l'innovation technologique est **synonyme de compétitivité**, les entreprises B2B doivent non seulement suivre les tendances, mais les devancer. Une transformation clé qui s'opère aujourd'hui est l'intégration des employés IA dans les entreprises. Contrairement aux assistants IA, qui sont des outils d'automatisation spécifiques, un employé IA est une **entité capable de prendre des décisions** complexes, d'apprendre de manière autonome et de gérer des processus critiques à un niveau stratégique. Cet article examine **pourquoi et comment recruter votre premier employé IA**, et comment cette décision peut révolutionner votre stratégie marketing B2B.

Pourquoi recruter un employé IA ?



1. Optimisation des processus stratégiques :

Un employé IA ne se contente pas d'automatiser les tâches répétitives, comme le ferait un assistant IA. Il est conçu pour gérer des processus stratégiques, prendre des décisions basées sur des analyses approfondies et s'adapter continuellement aux évolutions du marché. Par exemple, l'employé IA peut être responsable de l'optimisation continue des campagnes marketing, en ajustant les stratégies en temps réel pour maximiser les performances.

2. Analyse de données à un niveau supérieur :

Alors que les assistants IA analysent les données pour fournir des insights, un employé IA va plus loin. Il peut interpréter ces données dans un contexte plus large, anticiper les tendances et proposer des actions concrètes pour améliorer les résultats commerciaux. L'employé IA est capable de gérer des volumes de données complexes tout en offrant une capacité de prédiction et de recommandation qui dépasse les capacités humaines.

3. Amélioration stratégique de l'expérience client :

Un employé IA ne se contente pas d'interagir avec les clients, il personnalise l'ensemble de l'expérience client à un niveau macro. En utilisant des plateformes comme GetQuanty, cet employé IA peut segmenter les marchés, cibler les prospects de manière ultra-précise, et positionner l'entreprise de manière à optimiser l'engagement client et la conversion.

Intégrer un Employé IA : Les Étapes Clés

- **Définir les besoins stratégiques** : Identifiez les processus à optimiser, comme la gestion des campagnes marketing, l'efficacité des ventes ou la gestion des relations clients. Des outils comme GetQuanty et ClicSight peuvent vous y aider.
- **Choisir la bonne IA** : Sélectionnez une IA en fonction de vos objectifs. Par exemple, pour une stratégie marketing complète, optez pour une IA qui gère tout le cycle de vie du client. Zenbaia propose des assistants IA spécialisés qui peuvent fonctionner en tandem avec votre employé IA pour maximiser les résultats.
- **Intégration et leadership technologique** : Préparez l'intégration de l'IA avec une configuration technique adaptée et un ajustement des processus internes. La formation des équipes pour collaborer efficacement avec l'IA est cruciale pour une transition réussie.

L'une des entreprises pionnières dans le recrutement d'un employé IA est **AutoX** :



AutoX est une société spécialisée dans les technologies de conduite autonome. AutoX a intégré un employé IA responsable de la gestion de la flotte de véhicules autonomes. Cet employé IA supervise non seulement l'opération quotidienne des véhicules, mais aussi l'analyse des données en temps réel pour améliorer les algorithmes de conduite et optimiser la sécurité.

Ce recrutement a permis à AutoX de réduire ses coûts opérationnels, d'améliorer la sécurité et d'accélérer le développement de ses technologies.

Pour les entreprises B2B, recruter un employé IA représente une avancée stratégique majeure. Ce n'est pas simplement une innovation technologique, mais un changement fondamental dans la manière dont les entreprises opèrent. L'intégration d'un employé IA, soutenu par des assistants IA comme ceux de Zenbaia et des outils de pointe comme GetQuanty, peut transformer votre entreprise en lui donnant un avantage concurrentiel indéniable.

IBM watsonx BI Assistant : Analytique Simplifiée pour les Professionnels



- Répond aux questions métier en quelques secondes, orientant vers les décisions les plus pertinentes.
- Permet de comprendre les tendances, les causes et de prédire les résultats futurs, avec des explications claires étape par étape.
- Interface intuitive pour poser des questions en langage naturel sans besoin de tableaux de bord complexes.

Dossier thématique

- Assure une gouvernance, une transparence et une sécurité de premier ordre via un catalogue de métriques centralisé.
- Inscription sur liste d'attente disponible pour être contacté lors de la sortie officielle.

Salesforce s'appuie sur Einstein pour personnaliser les interactions clients et automatiser les tâches critiques du marketing.



- **Traitement rapide et précis** : Utilise une interface conversationnelle intelligente basée sur le langage naturel, s'appuyant sur des données fiables pour gérer les dossiers.
- **Déploiement rapide** : Modèles préconfigurés et composants Salesforce permettant une mise en place en quelques minutes, avec un modèle de langage avancé pour des interactions autonomes sur tous les canaux.
- **Confidentialité et sécurité** : Garde-fous clairs qui assurent des réponses dignes de confiance, et les dossiers complexes peuvent être transférés facilement à des agents humains.
- **Interaction naturelle et proactive** : Comprend le contexte et prend des initiatives autonomes grâce à l'IA générative, tout en respectant la voix et les directives de la marque.

Dossier thématique

- **Innovation cross-canal** : Capable de comprendre texte, image, vidéo et son, l'agent assiste les clients sur divers canaux, du libre-service à la messagerie.

Sephora et son Chatbot "Beauty Bot" : Révolution dans l'Industrie de la Beauté

SEPHORA

- **Simplification du choix des cadeaux** : Sephora a lancé le "Beauty Bot", un chatbot utilisant l'IA pour recommander des cadeaux personnalisés via Facebook Messenger, simplifiant ainsi le processus d'achat pour les clients.
 - **Disponibilité internationale** : Le "Beauty Bot" est disponible dans cinq pays, dont la France et l'Italie, montrant l'engagement de Sephora à améliorer l'expérience client à l'échelle mondiale.
 - **Personnalisation accrue** : Le chatbot propose des produits en fonction des préférences des utilisateurs, rendant l'achat plus rapide et agréable. Il apprend des choix des clients pour offrir des suggestions plus précises à l'avenir.
 - **Géolocalisation intégrée** : Les clients peuvent trouver facilement le magasin Sephora le plus proche ou passer commande directement sur leur mobile, améliorant ainsi l'expérience d'achat.
- **Transformation de la relation client** : Le "Beauty Bot" montre comment l'utilisation de l'IA par Sephora change l'interaction avec les clients, offrant une personnalisation à grande échelle et un service client rapide.
 - **Amélioration de l'expérience d'achat** : Le chatbot facilite l'accès à l'information, répond rapidement aux questions et aide à passer commande, augmentant ainsi la satisfaction globale des clients.
 - **Impact sur l'industrie** : L'utilisation du "Beauty Bot" par Sephora redéfinit les standards de l'expérience client dans le secteur de la beauté, incitant d'autres marques à adopter des technologies similaires.
 - **Leçons pour l'avenir** : L'expérience de Sephora avec l'IA montre l'importance de la personnalisation et de l'adaptation à différentes cultures pour réussir dans un marché globalisé.

Les Assistants IA vont-ils remplacer les marketeurs ?

Avec la montée en puissance des assistants IA, la question de leur capacité à remplacer les équipes humaines se pose. Certaines entreprises misent déjà sur des employés entièrement IA, mais nous sommes encore loin de remplacer les équipes actuelles. L'expertise humaine n'est pas encore complètement modélisée par les IA.

Au lieu de supplanter les marketeurs, ces assistants pourraient multiplier leur efficacité. Ils pourraient nécessiter des équipes renforcées pour piloter, évaluer et ajuster les campagnes en cycles plus courts et plus performants.

En parallèle, ils accéléreront la montée en compétences des collaborateurs en facilitant la diffusion rapide des expertises métiers.

Prenons un exemple : un assistant IA spécialisé en emailing peut rédiger des propositions optimisées, mais il peut également analyser des campagnes passées, identifier les erreurs, et partager les meilleures pratiques marketing, contribuant ainsi à l'amélioration continue des équipes.

Les avancées présentées lors de Google I/O 2024 démontrent ces possibilités : grâce à la multicanalité, un contenu peut être montré via smartphone et ajusté en temps réel par l'IA, que ce soit pour choisir un visuel ou construire un cours didactique. Ces progrès permettent des expériences marketing plus immersives et personnalisées.

Cependant, il reste des défis : il faudra veiller à l'éthique, éviter les biais algorithmiques et respecter la vie privée des utilisateurs. La formation des équipes sera essentielle pour exploiter pleinement le potentiel de ces technologies.

Les contenus à ne pas manquer

Explorez une compilation de ressources intégrant l'IA pour optimiser votre prospection et génération de leads. Notre équipe a sélectionné les livres blancs les plus pertinents, enrichis par l'intelligence artificielle, pour répondre à vos défis en stratégie marketing et commerciale.

Les contenus à ne pas manquer

Notre sélection de livres blancs



Les tendances de l'IA pour les marketeurs

Ce livre blanc vous fera découvrir comment les marketeurs utilisent l'IA, avec des conseils pratiques sur l'intégration de l'IA à votre environnement technologique et des données clés sur l'avenir du marketing avec l'IA.

[Télécharger le guide](#)



How to Use AI to Create a Marketing Plan

Découvrez dans ce guide comment surmonter le syndrome de la page blanche et libérer tout votre potentiel marketing grâce à l'IA. À travers un simple processus de planification en petites étapes, optimisées par l'intelligence artificielle, pour vous permettre de développer vos stratégies marketing plus rapidement et efficacement.

[Télécharger le guide](#)





Notre sélection de webinars



LIBÉREZ LE POTENTIEL DE VOTRE PROSPECTION B2B AVEC L'IA !

Inscrivez-vous

GetQuanty

Plus de 1 000 entreprises ont déjà optimisé leur prospection grâce à nos solutions d'IA. Aujourd'hui, c'est à votre tour de découvrir comment tripler vos prises de rendez-vous sans augmenter votre budget d'acquisition !

Libérez le potentiel de votre prospection B2B avec l'IA !



RGPD ET DISPARITION DES COOKIES

comment bien gérer la conformité dans son entreprise ?

GetQuanty

Nous avons réuni un expert en protection des données personnelles et un expert du marketing B2B pour faire le point sur la réglementation en vigueur, les changements à venir et partager les retours d'expérience.

RGPD et disparition des cookies : comment bien gérer la conformité dans son entreprise ?



GetQuanty

Comment Esri France augmente le ROI de ses événements grâce à l'IA ?

Découvrez une nouvelle approche de l'événementiel B2B grâce à l'alliance de l'IA et d'un véritable CRM conçu pour capitaliser sur vos événements !

Comment Esri augmente le ROI de ses événements grâce à l'IA



Révolution IA chez Alan

Les coulisses d'une transformation

Mozza

Mardi 5 mars - 12h-13h

Alors que l'émergence de la GenAI redéfinit les règles du jeu, Alan se positionne depuis quelques mois en pionnier sur le sujet, menant des évolutions qui transforment en profondeur son organisation et son approche product.

Révolution de l'IA chez Alan

3 Inside l'équipe tech de Getquanty : Dans les coulisses de ClicSight

Dans cette édition, l'équipe tech de GetQuanty nous dévoile les défis derrière la création de ClicSight, l'extension Google Chrome dédiée à la prospection B2B. De l'UX/UI à la complexité technique, découvrez comment ils ont conçu un outil puissant pour transformer les visiteurs en leads qualifiés.



1. UX et UI Design : Concevoir l'expérience utilisateur de ClicSight

Dans un environnement commercial de plus en plus compétitif, les équipes marketing et commerciales doivent maximiser leur efficacité pour rester compétitives. L'extension ClicSight, conçue pour Google Chrome, répond à ce besoin en fournissant des insights, des interactions et des organigrammes d'entreprises, facilitant ainsi la prise de contact commerciale. Pour concevoir cette extension, l'équipe produit a porté une attention particulière à l'expérience utilisateur (UX) et au design de l'interface utilisateur (UI), éléments essentiels pour garantir une adoption optimale par les utilisateurs.

Un design centré sur l'utilisateur : simplicité et efficacité

L'un des défis majeurs lors de la conception de ClicSight était de rendre l'extension accessible et intuitive, même pour les utilisateurs les moins technophiles. L'interface utilisateur a été conçue avec pour objectif de minimiser la courbe d'apprentissage.

En intégrant une navigation fluide et cohérente, nous avons veillé à ce que chaque fonctionnalité soit facilement accessible, sans nécessiter d'effort excessif de la part de l'utilisateur. L'extension s'adapte au contexte dans lequel l'utilisateur se trouve, qu'il soit en train de naviguer sur un site web, d'utiliser un CRM ou de consulter un profil LinkedIn. Cette contextualisation de l'interface permet de présenter des fonctionnalités pertinentes au bon moment. Par exemple, lorsque l'utilisateur est sur un profil LinkedIn, l'extension met en avant les organigrammes et les contacts associés, tandis que sur un CRM, elle se concentre sur les interactions passées et les opportunités commerciales à venir.

“ Nous avons intégré les meilleures fonctionnalités des outils existants, notamment les organigrammes, les coordonnées de contact, ainsi que la pré-rédaction de messages pour la prise de contact via e-mail, téléphone ou LinkedIn.

- Alexey Tepliakov
Software Developer

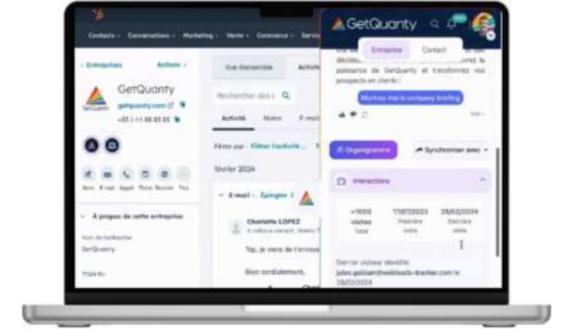
L'intelligence artificielle au service de l'expérience utilisateur

L'un des éléments différenciants de ClicSight est l'intégration de l'intelligence artificielle (IA) pour enrichir l'expérience utilisateur. Grâce à cette IA, l'extension est capable de mieux comprendre les entreprises et la personnalité des prospects, fournissant ainsi des recommandations personnalisées. Lors de la conception de cette fonctionnalité, nous avons veillé à ce que l'IA s'intègre de manière transparente dans le flux de travail des utilisateurs, sans alourdir l'expérience.

L'IA pré-rédige des contenus tels que des e-mails, appels ou messages LinkedIn, en proposant des modèles adaptés au contexte et au prospect. Cela fait gagner du temps tout en assurant une qualité constante des communications et réduisant les tâches répétitives.

Une interface cohérente et adaptable

Lors de la conception de l'interface utilisateur, la cohérence était un point clé. Nous avons opté pour une charte graphique épurée, avec des couleurs douces et des icônes claires, afin de ne pas surcharger l'utilisateur visuellement. L'agencement des éléments a été étudié pour permettre une navigation fluide et intuitive, avec une hiérarchisation des informations qui respecte les priorités de l'utilisateur. L'interface de ClicSight est également adaptable, s'ajustant automatiquement aux différents écrans et résolutions, garantissant ainsi une expérience utilisateur optimale.



2. Défis de développement :

Le développement d'un assistant comme Clicsight est particulièrement complexe en raison de la nécessité d'intégrer un large éventail de fonctionnalités avancées dans les limites d'une extension de navigateur. Le principal défi a été de réunir toutes ces composantes pour créer un véritable outil de guerre dans ce cadre restreint. D'une part, nous avons conçu une application riche en fonctionnalités, comprenant un système de paiement sécurisé, une interface multilingue, ainsi qu'une vaste palette de données d'entreprises et de contacts, présentées de manière claire et accessible.

Nous devons intégrer cette complexité dans une extension de navigateur, rendant l'assistant capable de s'adapter en temps réel au contexte de la page web. Cela permettait une personnalisation précise sans compromettre la performance ou alourdir l'expérience utilisateur. L'extension devait interpréter le contenu, comprendre les intentions de l'utilisateur, et proposer des actions adaptées. Ces défis techniques ont nécessité une approche innovante et une grande attention aux détails pour faire de Clicsight un outil à la fois puissant, intuitif et discret.

04

Vos événements à ne pas manquer

Dans le monde dynamique du B2B, rester à jour avec les dernières tendances, les innovations et les opportunités est essentiel pour le succès de chaque entreprise. Que vous soyez un professionnel aguerri ou que vous débutiez dans ce secteur passionnant, notre choix d'événements vous guidera vers les rencontres les plus pertinentes, les conférences les plus inspirantes et les salons incontournables pour rester au cœur de l'action et maximiser vos opportunités.

Événements à ne pas manquer

BIGDATA & AI - P A R I S -

Le salon Big DATA & AI 2024

15 & 16 octobre 2024 à Paris Expo / Pte de versailles

Big Data & AI Paris est le plus grand événement dédié à l'intelligence artificielle et aux data en Europe. Il offre une occasion unique de s'informer sur les dernières tendances du marché et d'échanger avec l'ensemble des professionnels de la data et de l'intelligence artificielle en France.

TECH SHOW PARIS

Tech Show Paris

27 & 28 novembre 2024 à Paris

Un événement unique qui réunit les leaders et décideurs de la TECH en France, animé par des experts de l'industrie à travers 5 salons co-organisés : Cloud Expo Europe Paris, Devops Live Paris, Cloud & Cyber Security Expo Paris, Big data & AI World Paris et Data Centre World Paris.



Expo & Data Intelligence Forum

19 & 20 mars 2025, à Paris Porte de Versailles

L'évènement des professionnels de la Veille, de l'Information, de la Connaissance et de la Data Intelligence

Événements à ne pas manquer

Vous n'avez rien suivi à la Google I/O ? Voici tout ce qu'il faut retenir :

La Google I/O 2024, tenue à Mountain View le 14 mai, a été riche en annonces, avec une forte dominance de l'intelligence artificielle. Si vous n'avez pas pu suivre l'événement en direct, voici un résumé des moments forts et des nouveautés présentées par Google, en mettant en lumière les concurrents potentiels.

L'IA au cœur de Google I/O 2024

Cette édition a été marquée par l'intégration omniprésente de l'IA, notamment avec Gemini, le modèle d'intelligence artificielle de Google. Parmi les annonces notables :

- 1. AI Overviews :** Après un an de tests, Google a généralisé cette fonctionnalité aux États-Unis. Alimentée par Gemini, AI Overviews résume intelligemment la première page des résultats de recherche, reléguant ainsi les sites web traditionnels à une place secondaire. Cela transforme radicalement la manière dont les utilisateurs interagissent avec le moteur de recherche.
- 2. Google One AI Premium :** Google a lancé en France un abonnement payant permettant aux utilisateurs d'accéder à Gemini. En plus de l'IA, cet abonnement inclut davantage de stockage cloud et d'autres services Google.
- 3. Project Astra :** Google a dévoilé un assistant futuriste, capable de reconnaissance visuelle et de compréhension conversationnelle avancée. Astra promet une interaction plus naturelle avec les utilisateurs, visant à révolutionner l'assistance numérique.
- 4. Veo :** Réponse de Google à Sora d'OpenAI, Veo utilise l'intelligence artificielle pour générer des vidéos réalistes à partir de simples descriptions textuelles.

Gemini : Le pivot central

Gemini a été au centre de nombreuses annonces :

- **Gemini Nano :** Ce modèle local des Pixel, fonctionnant sans connexion Internet, devient multimodal et peut analyser une image hors ligne.
- **Gemini Live :** Un nouveau mode dans l'application mobile permettant de discuter avec l'assistant et de lui montrer des photos.
- **Gemini for Workplaces :** Intégration de Gemini dans les services Google pour des tâches comme comparer des devis.
- **Gems :** Des Gemini personnalisés, concurrents directs des GPTs d'OpenAI.

The Gemini logo features the word "Gemini" in a blue, sans-serif font. A small, four-pointed starburst icon is positioned above the letter 'i'.

Événements à ne pas manquer

Android et Gemini

Android 15, relégué au second plan cette année, sera dévoilé le lendemain de la conférence, soulignant l'importance de l'IA dans cette édition. Gemini sera intégré un peu partout dans Android, rendant l'expérience utilisateur encore plus fluide et intuitive.

Une réponse à OpenAI

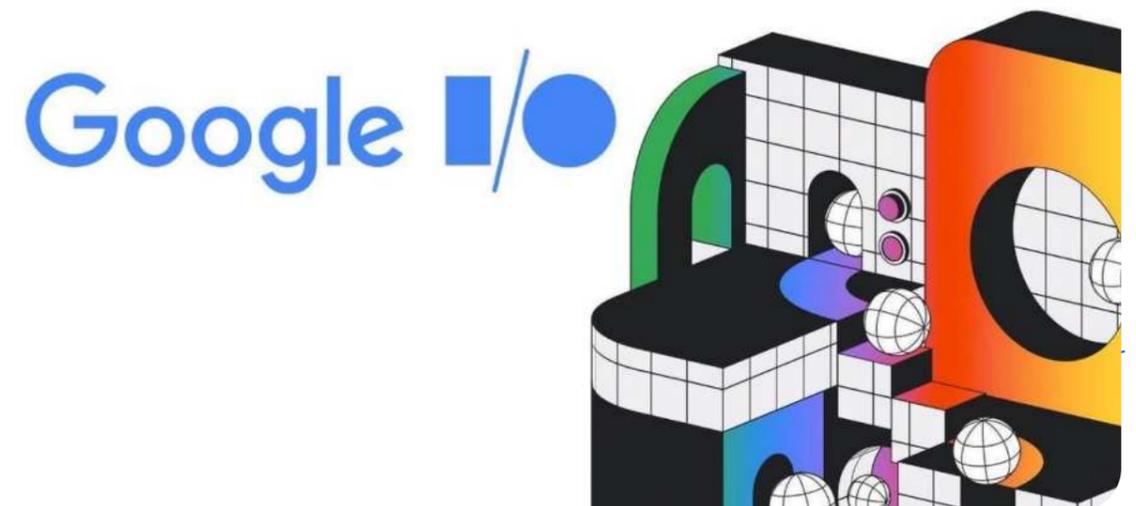
Face aux annonces d'OpenAI, notamment leur modèle multimodal GPT-4o, Google a présenté des avancées significatives :

- **Project Astra :** Concurrent direct de ChatGPT Voice, capable de commenter un flux vidéo en temps réel avec une voix de synthèse.
- **Gemini 1.5 Flash :** Nouveau modèle de langage pour les tâches nécessitant une latence réduite.
- **Veo :** Générateur de vidéos ultra-réalistes, rival de Sora d'OpenAI.

Découvrez l'article complet sur notre blog !

La Google I/O 2024 a été une démonstration de force en matière d'intelligence artificielle. Google a présenté une série d'innovations qui confirment son ambition de rester à la pointe de la technologie, tout en répondant aux avancées de ses concurrents, notamment OpenAI.

Pour plus de détails et des analyses approfondies, rendez-vous sur le site de Numerama, qui a couvert l'événement en direct et propose des articles exclusifs et des démonstrations.



KPI B2B



du temps des vendeurs est consacré à des tâches non de vente



des représentants commerciaux ne s'attendent pas à atteindre leur quota cette année

59% des acheteurs professionnels disent que la plupart des représentants ne prennent pas le temps de comprendre leurs objectifs

Trop de vendeurs sont consommés par les activités administratives et non de vente. Tirez parti de l'IA pour automatiser les tâches de routine telles que la saisie des données et la hiérarchisation des prospects. Cela libérera votre équipe de vente pour qu'elle se concentre sur ce qu'elle fait le mieux : vendre.

Source : [salesforce-state-sales-report-2024](#)

KPI B2B

80%

des équipes de vente qui ont adopté l'IA signalant une augmentation des bénéfices.

Source : [Carlton One](#)

D'ici 2025, l'IA générative sera intégrée dans 80 % des offres d'IA conversationnelle, contre 20 % en 2023.

Source : [Gartner](#)



2025



2023

06 Se former avec GetQuanty

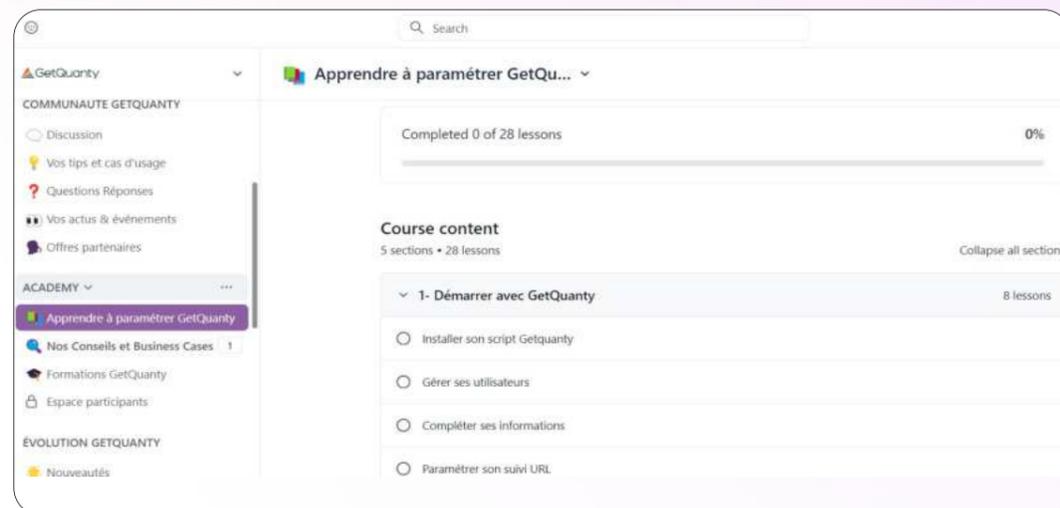
Nous vous livrons les rudiments pour maîtriser complètement les outils GetQuanty et devenir un as de la prospection BtoB :

1. Se former aux bases de l'outils Getquanty dès vos premières utilisations
2. Participer à notre formation pour apprendre à bien paramétrer votre console et former vos sales au traitement des leads Getquanty
3. Se tenir informé des évolutions de l'outils et des nouvelles fonctionnalités parues
4. Continuer d'apprendre en posant toutes vos questions sur Circle et lors des points récurrents avec votre CSM.
5. Echanger avec la communauté, partagez vos succès et difficultés aux autres clients et apprenez de leur propre expérience

1. Se former aux bases de l'outils Getquanty dès vos premières utilisations :

L'outil GetQuanty ainsi que son extension sont des outils complexes et avec de nombreuses fonctionnalités qui une fois correctement paramétrés généreront pour vous de façon complètement automatique des leads qualifiés, segmentés selon vos cibles et audiences, et qui seront transmis automatiquement à chacun de vos commerciaux selon ses besoins.

Vous pouvez découvrir toutes les fonctionnalité de base directement sur notre communauté client Circle dans l'onglet dédié : "Académie".

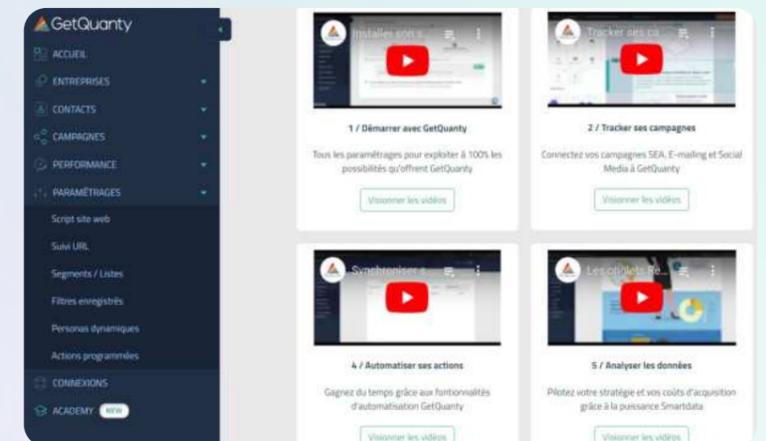


Vous y trouverez des cours s'organisant en 5 modules :

- Démarrer avec GetQuanty (installer son script, créer ses personas, tracker des événements...)
- Tracker ses campagnes
- Traiter et cibler les visiteurs
- Automatiser ses actions (auto-segmenter ses entreprises identifiées, exporter ses données GetQuanty par mail, par webhook ou via Zapier, acheter automatiquement des contacts...)
- Analyser les données

Vous pourrez également y retrouver tous les conseils de nos experts GetQuanty sur les meilleures pratiques à adopter pour optimiser l'utilisation de nos outils et faire de votre expérience un véritable succès ! 🚀 Décryptez au travers de nos cas d'usage et retours d'expérience comment nos solutions peuvent vous aider à booster votre activité dans votre secteur d'activité. Découvrez comment vos concurrents ont déjà pris de l'avance dans leur prospection. 📈

- Retrouvez toutes ces informations également au format vidéo directement depuis l'onglet "Academy" de votre console Getquanty.



- Enfin, un large panel de vidéos et tutoriels s'offrent à vous sur notre chaine Youtube (mettre lien)

2. Participer à notre formation pour apprendre à bien paramétrer votre console et former vos sales au traitement des leads Getquanty :

Une fois tous les deux mois se tient, en physique, notre formation client.

👉 Rejoignez nos équipes et nos clients au sein de nos locaux parisiens pour une journée d'échange, de partage et d'apprentissage.

Venez partager vos expériences, apprendre des meilleures pratiques 📖 et vous inspirer des succès des autres. 🚀

Se former avec GetQuanty

Notre formation vous guidera dans l'analyse de vos résultats passés, l'identification des lacunes 🔍 et l'élaboration d'une stratégie plus efficace. En travaillant main dans la main avec nos experts, vous pourrez ajuster vos paramètres et mettre en place des actions concrètes pour améliorer vos performances. 🏆

En effet, notre formation vous permettra de maîtriser les outils de ciblage, de suivi des prospects et d'analyse des données pour prendre des décisions éclairées et atteindre vos objectifs plus rapidement. En apprenant à tirer parti de toutes les fonctionnalités de notre plateforme, vous pourrez optimiser vos campagnes marketing, identifier de nouvelles opportunités commerciales et augmenter vos taux de conversion. 🌱👁️

Aussi, en tant que client GetQuanty, l'une des clés pour assurer un succès continu et pérenne est de veiller à ce que votre utilisation de nos outils soit alignée avec vos objectifs marketing et commerciaux. Si vos objectifs et besoins évoluent il est alors fort probable que les paramétrages de votre console Getquanty doivent eux aussi évoluer. Notre formation est donc aussi l'occasion pour vous de faire le point sur vos paramétrages et votre approche. 🛠️🧠

Enfin, on remarque souvent que le manque de performance chez nos clients ne provient pas de la qualité des leads générés, mais bien du discours adopté par leurs commerciaux pour prospecter ces derniers. 😞 Grâce à notre atelier sales vous donnerez à vos commerciaux toutes les clés pour un traitement optimal de leurs leads : Vous serez coachés par Asher, directeur commercial senior, qui vous partagera ses techniques et approches pour performer sur les leads Getquanty..

3. Se tenir informé des évolutions de l'outils et des nouvelles fonctionnalités parues

Nos produits évoluent en permanence au rythme de l'actualité du secteur et surtout aux besoins et demandes de nos clients. C'est pourquoi pour être sûr d'exploiter pleinement tout le potentiel de GetQuanty il est important de connaître les dernières fonctionnalités qui ont été développées.

Vous serez informés de nos nouveautés dans nos communications dédiées à nos clients, comme par exemple dans notre newsletter, ou sur notre communauté Circle dans l'onglet "Nouveautés" de notre espace Evolution GetQuanty.

4. Continuer d'apprendre en posant toutes vos questions sur Circle et lors des points récurrents avec votre CSM.

Si vous rencontrez des difficultés ou n'êtes pas sûr de la stratégie à adopter pour performer, vous pouvez poser vos questions et exposer vos cas d'usage aux autres utilisateurs de GetQuanty directement sur Circle dans l'onglet "Questions Réponses" ou dans l'espace discussion. Les autres clients ainsi que les membres de notre équipe sauront vous apporter une réponse et vous partager leur expérience pour vous aider à trouver la meilleure utilisation possible de votre console.

5. Echangez avec la communauté, partagez vos succès et difficultés aux autres clients et apprenez de leur propre expérience.

Enfin, l'un des meilleurs moyens de devenir un expert de Getquanty et d'en faire une utilisation optimale pour chacun des cas que vous rencontrerez, est d'apprendre directement des autres.

Nous avons accompagné de nombreux clients, tous issus de secteurs d'activité variés (automobile, formation professionnelle, immobilier, éditeurs de logiciels et solutions, technologie industrielle...). Certains auront donc été confrontés aux mêmes enjeux et difficultés que vous et auront su les relever.

C'est pourquoi nous encourageons chacun de nos client à partager ses échecs, les difficultés rencontrées ainsi que la façon dont il les a surmonté. Mettez en avant les défis que vous avez relevés ou demandez conseil aux autres utilisateurs sur notre communauté Circle ainsi que lors de nos formations.



07 Interview avec Mandarin Academy :

— 1/ Introduction à Mandarin academy (Activité, secteur.) :

Mandarine Academy est spécialisée dans l'accompagnement des utilisateurs à la prise en main de nouveaux outils numériques. Nous proposons une solution qui est composée d'une plateforme, des contenus de formations et de l'humain. Nous accompagnons les utilisateurs par des formations en live, animées par nos équipes et un consultant en conduite du changement pour permettre d'atteindre les objectifs d'adoption des usages fixés par l'entreprise que nous accompagnons.



— 2/ Quels étaient les principaux défis auxquels vous faisiez face en matière de prospection et de génération de leads avant d'utiliser GetQuanty ?

Nous avons changé notre modèle de vente, un passage à du 100 % indirect à un mixte direct / indirect. Nous avons donc fortement augmenté notre visibilité sur internet et nous avons besoin de mieux connaître les entreprises qui viennent sur notre site, pour ensuite mieux communiquer auprès des personas. Ces personas sont les DSI et les RH.

— 3/ Comment avez-vous intégré GetQuanty dans votre stratégie de prospection et d'accompagnement au changement ?

Nous avons mis en place un processus très orienté outbound en ciblant fortement les entreprises qui sont venues consulter notre site www.mandarine.academy. C'était bien mais franchement pas suffisant, du coup nous avons changé notre modèle de prospection pour que notre bizdev contacte directement les cibles la journée où ils sont venues sur notre site.

— 4/ Quels outils ou fonctionnalités spécifiques de GetQuanty ont eu le plus d'impact pour vous ? (la plateforme, les extensions, assistants IA .. ?)

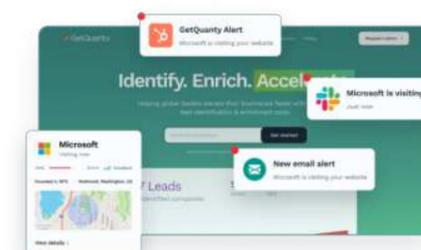
En premier la plateforme, puis les extensions avec nos outils comme le CRM et du coup indirectement notre solution d'emailing. Pour l'assistant IA c'est trop tôt pour juger. Le réflexe est loin d'être automatique et le bon modèle d'utilisation n'a pas encore été trouvé.

— 5/ Pouvez-vous partager quelques résultats concrets obtenus grâce à GetQuanty ?

Au-delà du gain de temps, c'est surtout un gain énorme pour le bizdev dans la satisfaction d'avoir des résultats. Le Cold calling, c'est épuisant. Avec Getquanty cela permet au bizdev, d'appeler des entreprises où il est sûr qu'il y ait un intérêt sur ce que nous proposons. Cela a donc renforcé la motivation. Bien sur l'enjeu principale c'est de créer des opportunités avec un projet client, plus de 20 opportunités cette année et nous améliorons notre modèle pour amplifier l'usage de getquanty.

— 6/ Comment s'est passée la collaboration avec les équipes de GetQuanty ?

Un seul mot, constructive. Il y a une vraie volonté commune de transformation, cela va de l'utilisation de l'outil mais aussi du conseil, de partage de bonnes pratiques. Toujours dispo et très agréable.



— 7/ Pensez-vous que l'IA jouera un rôle encore plus central dans vos opérations futures ?

Clairement la réponse est oui, car c'est véritablement très efficace sur la conception et cela sera encore plus puissant quand on pourra automatiser un processus. Par exemple proposer automatiquement des personnes à appeler car un événement permet de définir de potentiels projets. Ou de changer le parcours commercial en décrivant un processus plus efficace. Actuellement pour faire évoluer nos processus on est beaucoup sur du test & learn.



L'IA a un impact très fort dans notre métier et par l'IA nous gagnons un temps très important. Cela nous permet de gagner beaucoup de temps sur la conception de contenus marketing pour la communication, blog etc..

Interview avec Trustfolio :

Interview de Thomas Nanterme, co-fondateur et CEO de Trustfolio, sur l'intégration de GetQuanty dans leur solution



Aujourd'hui, nous avons le plaisir de discuter avec Thomas Nanterme, co-fondateur et CEO de Trustfolio, une plateforme spécialisée dans la collecte d'avis en ligne pour les entreprises B2B. Récemment, Trustfolio a intégré les services de GetQuanty afin d'offrir encore plus de valeur ajoutée à ses utilisateurs. Dans cet entretien, Thomas nous en dit plus sur Trustfolio, les enjeux actuels de son secteur et les avantages de cette nouvelle intégration.

Valentin Giorgetti : Bonjour Thomas, pouvez-vous présenter Trustfolio et ses aspects différenciants ?

Thomas Nanterme :

Bonjour Valentin, merci pour l'invitation ! Trustfolio est une plateforme spécialisée dans la collecte et la gestion d'avis clients pour les entreprises B2B. Notre mission est simple :

aider les entreprises à bâtir et à gérer leur réputation en ligne grâce à des avis authentiques, vérifiés, et pertinents. Nous croyons fermement que les avis clients jouent un rôle essentiel dans le processus de décision, surtout dans le B2B.

Ce qui nous différencie, c'est notre approche centrée sur le B2B. En effet, les grandes plateformes d'avis proposent aujourd'hui une expérience pensée pour le B2C. Chez Trustfolio la collecte, l'affichage et le partage des avis vérifiés collent à un usage professionnel. On mise sur la qualité, la vérification et la contextualisation des avis, pour nous assurer que les avis publiés sur notre plateforme reflètent une véritable expérience client. De plus, nous proposons des outils d'analyse avancés qui permettent aux entreprises d'obtenir des insights exploitables à partir des retours clients, pour améliorer leurs offres ou leur service client.

Valentin Giorgetti : Quel est votre rôle chez Trustfolio ?

Thomas Nanterme :

Je suis l'un des co-fondateurs et j'occupe actuellement le poste de CEO. Mon rôle est très transversal. Je suis à la fois impliqué dans la stratégie globale de l'entreprise, le développement produit, les partenariats clés – comme celui que nous avons avec GetQuanty –, mais aussi dans l'accompagnement de nos équipes au quotidien. Mon objectif principal est de m'assurer que Trustfolio reste à la pointe de l'innovation et continue de répondre aux besoins de nos utilisateurs tout en nous démarquant dans un environnement concurrentiel.

Valentin Giorgetti : Quels sont les enjeux pour un outil comme le vôtre ?

Thomas Nanterme :

Les enjeux sont multiples. Le premier est la confiance. Les avis en ligne sont devenus cruciaux dans le processus de décision des entreprises, mais ils doivent être perçus comme honnêtes et authentiques.



La fraude aux avis ou les faux commentaires peuvent avoir un impact très négatif sur la crédibilité d'une plateforme comme la nôtre. C'est pourquoi nous avons fait de la vérification de l'authenticité des avis notre priorité.

Le second enjeu concerne l'expérience utilisateur. Il faut que notre solution soit simple à utiliser, tout en offrant des fonctionnalités puissantes et spécifiques au B2B. C'est là que des intégrations comme celles de GetQuanty prennent tout leur sens : en ajoutant des fonctionnalités de génération de leads directement dans notre plateforme, nous rendons l'expérience encore plus ROIste pour nos clients.

Témoignages clients :

Valentin Giorgetti : Pouvez-vous nous présenter la récente intégration GetQuanty dans Trustfolio ?

Thomas Nanterme :

Avec grand plaisir. L'intégration de GetQuanty dans Trustfolio est un ajout extrêmement intéressant pour nos utilisateurs. Concrètement, elle permet d'identifier les entreprises qui viennent consulter les avis publiés sur notre plateforme. Cela donne une nouvelle dimension aux retours d'expérience puisqu'au-delà de collecter des avis clients, nos utilisateurs peuvent désormais savoir quelles entreprises sont intéressées par leurs produits ou services. Et donc passer d'un usage marketing à un usage commercial des avis.

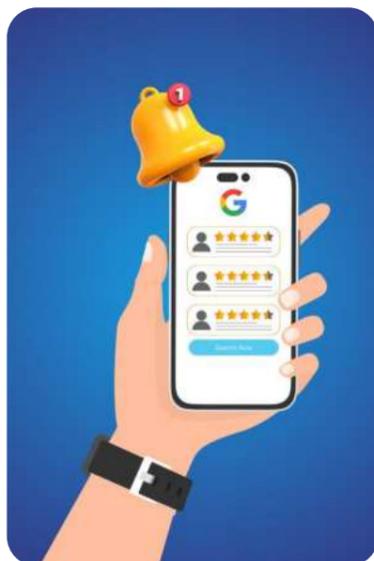
Cette fonctionnalité est particulièrement précieuse dans un contexte B2B, où la décision d'achat est souvent un processus long et réfléchi. Grâce à GetQuanty, nos utilisateurs peuvent voir quels prospects consultent leurs avis, ce qui suggère qu'ils sont potentiellement en phase de comparaison entre différentes solutions. Cela leur permet d'optimiser leur prospection en engageant avec les bonnes entreprises au bon moment.

Certains clients nous ont déjà confié que cela leur a permis de réengager des prospects « froids » ou d'identifier des opportunités qu'ils n'auraient pas remarquées sans cette fonctionnalité. En résumé, cette intégration est perçue comme un véritable levier pour booster la performance commerciale.

Valentin Giorgetti : Quels sont les premiers retours clients ?

Thomas Nanterme :

Les retours sont très positifs ! Nos utilisateurs apprécient particulièrement la valeur ajoutée de cette intégration. Lorsqu'une entreprise consulte les avis clients, c'est un signal d'achat assez fort et on sait combien ces signaux sont clés quand on est commercial. Ca leur donne accès à une information qu'ils n'auraient pas pu obtenir autrement.



Témoignages clients :

Valentin Giorgetti : Un dernier mot pour convaincre nos lecteurs de rejoindre l'aventure Trustfolio ?

Thomas Nanterme :

Je dirais que dans un monde où la réputation en ligne est devenue primordiale, Trustfolio est une solution clé pour les entreprises B2B qui souhaitent maîtriser et valoriser les retours de leurs clients. Nous sommes le miroir de leur bouche-à-oreille client !

En combinant la collecte d'avis authentiques avec des outils d'analyse et, maintenant, la puissance de génération de leads offerte par GetQuanty, nous proposons un écosystème complet pour accompagner nos utilisateurs dans leur croissance.

Alors, si vous souhaitez prendre le contrôle de votre image de marque tout en optimisant votre prospection, Trustfolio est la solution idéale. Nous vous invitons à nous rejoindre et à découvrir par vous-même comment nous pouvons vous aider à atteindre vos objectifs.



L'intégration de GetQuanty dans Trustfolio est un excellent exemple de la manière dont les technologies de collecte de données et de génération de leads peuvent se compléter pour offrir plus de valeur aux entreprises. En combinant l'identification des visiteurs avec des avis clients authentiques, Trustfolio se positionne comme un outil incontournable pour les entreprises en quête d'efficacité commerciale et de transparence.

Les astuces de Valentin



Comment tirer le meilleur parti des assistants IA de Zenbaia ?

Dans un environnement professionnel de plus en plus complexe et compétitif, les entrepreneurs, les équipes marketing et commerciales cherchent des moyens innovants pour améliorer leur productivité,

affiner leurs stratégies, et se démarquer de la concurrence. C'est ici qu'intervient Zenbaia, une suite d'assistants à la carte, conçues pour répondre spécifiquement aux besoins de ces professionnels. Mais comment exploiter tout le potentiel des assistants IA de Zenbaia ? Voici un guide pour vous aider à maximiser l'utilisation de ce puissant outil.

1. Utilisez l'IA pour une création de contenu marketing plus rapide et efficace

La création de contenu marketing est essentielle pour attirer et engager votre audience, mais elle peut aussi être chronophage. Zenbaia propose une application dédiée à la création de contenu marketing, capable de générer des articles de blog, des publications sur les réseaux sociaux, et des supports de communication adaptés à votre public cible. En exploitant cette application, vous pouvez produire du contenu de qualité en un temps record, tout en garantissant la cohérence et la pertinence de vos messages.

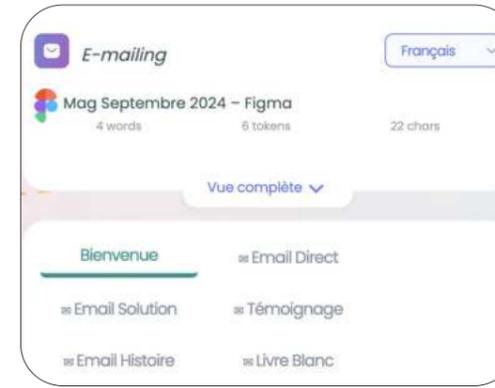
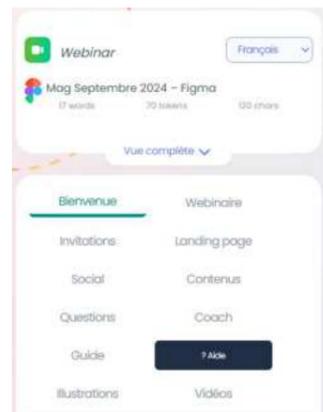
2. Créez des webinars de A à Z sans effort

Les webinars sont devenus un outil incontournable pour éduquer, engager et convertir votre audience. Zenbaia simplifie la création de webinars grâce à une application qui vous guide de A à Z, en vous aidant à choisir le sujet, à rédiger les emails d'invitation, à concevoir la landing page, et à planifier l'événement.

En quelques clics, vous pouvez mettre en place des webinars professionnels qui captivent votre public et génèrent des leads qualifiés.

3. Affinez le positionnement marketing de votre marque

Le positionnement est crucial pour se différencier sur un marché saturé. Zenbaia propose une application dédiée à l'aide au positionnement marketing des marques, qui analyse le marché, identifie les opportunités et suggère des stratégies pour renforcer votre présence et votre proposition de valeur. En exploitant cette application, vous pouvez définir un positionnement clair et impactant, qui résonne avec votre audience cible.



4. Rédigez des emails commerciaux percutants

La rédaction d'emails commerciaux efficaces est un art en soi. Avec Zenbaia, vous disposez d'une application spécialisée dans la création d'emails commerciaux. Que ce soit pour des campagnes de prospection ou des relances, l'IA vous aide à formuler des messages convaincants, adaptés à chaque segment de votre audience, augmentant ainsi vos taux d'ouverture et de conversion.

5. Rédigez des emails commerciaux percutants

La rédaction d'emails commerciaux efficaces est un art en soi. Avec Zenbaia, vous disposez d'une application spécialisée dans la création d'emails commerciaux. Que ce soit pour des campagnes de prospection ou des relances, l'IA vous aide à formuler des messages convaincants, adaptés à chaque segment de votre audience, augmentant ainsi vos taux d'ouverture et de conversion.

6. Analysez les profils LinkedIn pour une prospection plus ciblée

Optimisez votre prospection LinkedIn : Zenbaia analyse en profondeur les profils LinkedIn via une application dédiée, facilitant votre stratégie commerciale.

6. Analysez les profils LinkedIn pour une prospection plus ciblée

Optimisez votre prospection LinkedIn : Zenbaia analyse en profondeur les profils LinkedIn via une application dédiée, facilitant votre stratégie commerciale. Vous pouvez identifier les points forts, les centres d'intérêt, et les opportunités de connexion avec des prospects potentiels, ce qui vous permet de personnaliser vos approches et de maximiser vos chances de succès.

7. Évaluez les entreprises à travers l'analyse de leur site web

Comprendre vos concurrents ou vos clients potentiels est essentiel pour affiner vos stratégies. L'application d'analyse des entreprises de Zenbaia exploite l'IA pour examiner en profondeur les sites web des entreprises, vous fournissant des informations précieuses sur leur positionnement, leur stratégie de contenu, et leurs atouts et faiblesses. Cette analyse vous permet d'adapter vos offres et de mieux répondre aux besoins du marché.

8. Générez des business plans personnalisés en quelques clics

Créer un business plan solide est une étape cruciale pour tout entrepreneur. Zenbaia offre une application capable de générer des business plans personnalisés en fonction de votre secteur d'activité, de votre modèle économique, et de vos objectifs. En quelques minutes, vous obtenez un document professionnel, prêt à être présenté à des investisseurs ou à des partenaires.

Astuces et bonnes pratiques

9. Simplifiez la création de CV et de lettres de motivation

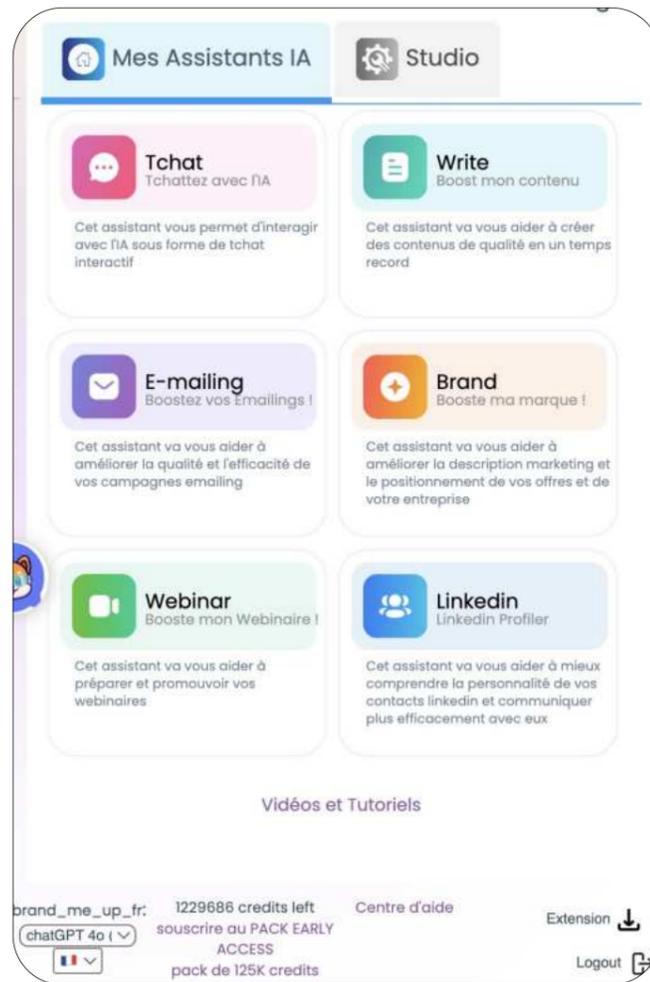
Que ce soit pour recruter ou pour aider votre équipe à évoluer, l'application de génération de CV et de lettres de motivation de Zenbaia est un atout majeur. En quelques clics, vous pouvez créer des documents percutants, adaptés aux spécificités des postes visés, augmentant ainsi les chances de succès lors des processus de recrutement.

10. Développez des cours et des évaluations sur mesure

Pour les entreprises qui investissent dans la formation continue, Zenbaia propose une application dédiée à la création de cours, de devoirs, de quiz et d'évaluations. Cette fonctionnalité est particulièrement utile pour les équipes RH ou de formation, leur permettant de concevoir des programmes pédagogiques adaptés aux besoins spécifiques de leur entreprise et de suivre les progrès des apprenants.



Zenbaia se distingue par son approche modulaire et personnalisée, permettant aux entrepreneurs, aux équipes marketing et commerciales de choisir les applications qui répondent le mieux à leurs besoins spécifiques. En tirant parti des assistants IA de Zenbaia, vous pouvez non seulement automatiser des tâches fastidieuses, mais aussi optimiser vos stratégies, améliorer votre efficacité, et gagner un avantage compétitif sur le marché. Avec Zenbaia, chaque équipe peut désormais accéder à une technologie de pointe, transformant les défis du quotidien en opportunités de croissance et d'innovation.



Astuces et bonnes pratiques



Les astuces de Valentin

Comment Booster sa Prospection avec ClicSight : Fonctionnalités Clés et Astuces

Dans le monde de la prospection commerciale, la réactivité et la précision sont essentielles pour transformer des leads en clients.

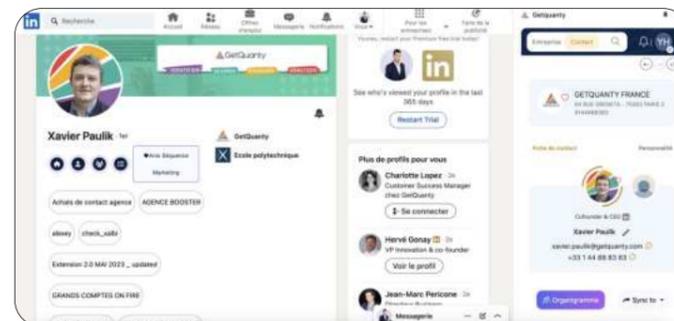
L'extension ClicSight pour Google Chrome est conçue pour répondre à ces exigences, offrant aux équipes marketing et commerciales des outils puissants pour optimiser leur processus de prospection. Voici un guide pour tirer le meilleur parti de ClicSight et booster votre prospection.

1. Tirez Parti des Insights Contextuels

L'une des forces majeures de ClicSight réside dans sa capacité à fournir des insights contextualisés en fonction de votre navigation. Que vous soyez sur le site web d'une entreprise, dans votre CRM ou sur LinkedIn, ClicSight adapte les informations affichées pour maximiser leur pertinence.

Astuces :

- Utilisez ClicSight sur LinkedIn pour obtenir instantanément les organigrammes des entreprises, vous donnant une vue d'ensemble des décideurs clés à contacter.
- Dans votre CRM, ClicSight vous aide à revoir rapidement les interactions passées et à identifier les meilleures opportunités de suivi.



2. Automatisez vos Prises de Contact avec l'IA

ClicSight intègre une intelligence artificielle qui analyse les informations des entreprises et des prospects pour générer des contenus de prise de contact. Que ce soit pour un e-mail, un appel téléphonique ou un message LinkedIn, l'IA vous propose des textes pré-rédigés adaptés au contexte.

Astuces :

- Gagnez du temps sur la rédaction : Laissez l'IA de ClicSight rédiger vos messages de prospection. Il vous suffit ensuite de les personnaliser légèrement pour donner une touche humaine et adaptée à votre style.
- Testez différents messages : Utilisez les suggestions de ClicSight pour tester différentes approches et voir lesquelles fonctionnent le mieux avec vos prospects.

Astuces et bonnes pratiques

3. Explorez les Organigrammes pour Identifier les Décideurs Clés

Une prospection efficace passe par la connaissance précise des interlocuteurs à cibler. ClicSight vous fournit des organigrammes détaillés des entreprises, vous permettant d'identifier rapidement les décideurs et les influenceurs au sein des organisations cibles.

Astuces :

- Concentrez-vous sur les décideurs : Utilisez l'organigramme pour identifier les personnes ayant le pouvoir de décision, et adressez directement votre offre à ces individus.
- Suivez les parcours professionnels : ClicSight vous permet de suivre les mouvements des décideurs entre les entreprises. Profitez de ces informations pour maintenir une relation continue avec des contacts clés, même s'ils changent d'entreprise.

4. Centralisez vos Efforts avec les Fonctionnalités All-in-One

L'une des caractéristiques distinctives de ClicSight est son approche tout-en-un, qui vous permet d'accéder à toutes les fonctionnalités dont vous avez besoin depuis une seule interface. Organigrammes, coordonnées de contact, suivi des interactions, tout est à portée de main.

Astuces :

- Centralisez tout avec ClicSight : plus besoin de jongler entre plusieurs outils de prospection, tout est réuni pour une efficacité optimale.

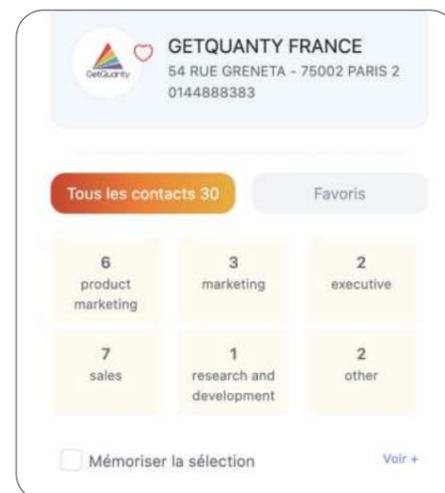
Accédez aux données en un clic : Utilisez les raccourcis de ClicSight pour accéder rapidement aux informations critiques sans interrompre votre flux de travail.

5. Utilisez la Création de Fichiers de Prospection pour Cibler Vos Efforts

ClicSight reprend certaines des meilleures fonctionnalités de GetQuanty, notamment la création de fichiers de prospection. Ces fichiers vous permettent de segmenter vos cibles en fonction de critères précis, tels que le secteur d'activité, la taille de l'entreprise ou la localisation géographique.

Astuces :

- Personnalisez vos campagnes : Créez des fichiers de prospection spécifiques à chaque campagne marketing, en ciblant les entreprises les plus pertinentes pour votre offre.
- Mettez à jour régulièrement vos fichiers : Les informations de contact évoluent rapidement. Utilisez ClicSight pour maintenir vos fichiers de prospection à jour, garantissant ainsi la qualité de vos campagnes.



Astuces et bonnes pratiques

6. Exploitez l'Identification des Sociétés via l'Adresse IP

Une autre fonctionnalité héritée de GetQuanty est l'identification des sociétés qui visitent votre site web via leur adresse IP. Cela vous permet de détecter les entreprises qui montrent un intérêt pour vos produits ou services, même si elles ne remplissent pas de formulaire de contact.

Astuces :

Contactez les visiteurs anonymes : Si une entreprise visite votre site à plusieurs reprises, utilisez cette information pour engager une conversation proactive, même si vous n'avez pas encore de contact direct.

Affinez votre ciblage : Combinez l'identification par IP avec les autres insights de ClicSight pour affiner encore plus vos listes de prospects.

7. Optimisez Votre Productivité avec les Fonctionnalités de Suivi

ClicSight intègre des outils de suivi qui vous permettent de garder un œil sur les interactions passées avec chaque prospect. Cela inclut les e-mails envoyés, les appels passés, et les réponses reçues, le tout dans une interface facile à utiliser.

Astuces :

- Ne perdez jamais une opportunité : Utilisez les rappels et les notifications de ClicSight pour suivre les réponses des prospects et planifier des actions de suivi.
- Analysez vos performances : Grâce à l'historique des interactions, identifiez les modèles qui fonctionnent le mieux et ajustez votre stratégie en conséquence.



Conclusion

ClicSight est bien plus qu'une simple extension pour Chrome ; **c'est un outil de prospection complet qui vous aide à travailler de manière plus intelligente et plus efficace.** En exploitant ses fonctionnalités avancées et en suivant les astuces présentées, vous pouvez booster considérablement vos efforts de prospection, réduire le temps consacré à la recherche d'informations, et augmenter vos taux de conversion. Adoptez ClicSight dans votre routine quotidienne et observez comment cet outil transforme vos processus commerciaux.

**LANCEZ-VOUS
AVEC GETQUANTY**

**Retrouvez l'intégralité
des magazines ici !**



Identifier

Découvrez les entreprises qui visitent votre site web, vos réseaux sociaux et l'ensemble de vos communications online.

Engager

Identifiez les décideurs des entreprises qui vous intéressent et réengagez vos cibles par mail, tchat, popup personnalisée.

Scorer

Getquanty score par Intelligence Artificielle la maturité d'achat de vos visiteurs «entreprise».

**IDENTIFIEZ,
PROSPECTEZ,
SIGNEZ !**

DÉMO GRATUITE

 **GetQuantity**

www.getquanty.com

● **Made with love in Paris** ●