



## **LinkedIn Sales Navigator**

Utiliser LinkedIn pour sa prospection B2B



# Table des matières

Introduction

I – LinkedIn Sales Navigator : à quoi ça sert ? Combien ça coûte ?

II – Premiers pas sur LinkedIn Sales Navigator

III – Utilisation des filtres “prospects” LinkedIn Sales Navigator

IV – Utilisation des filtres “comptes” LinkedIn Sales Navigator

V – Création et gestion des listes LinkedIn Sales Navigator

Conclusion

# INTRODUCTION

Depuis son lancement en 2003, LinkedIn reste la plateforme professionnelle de référence. Avec des centaines de millions d'utilisateurs et entreprises membres, c'est une solution inégalée pour donner un coup de pouce à ses ambitions professionnelles, construire son réseau, faciliter les collaborations et trouver de nouveaux clients B2B.

Afin d'offrir l'opportunité à ses abonnés d'exploiter 100% du potentiel de ses outils, LinkedIn propose quatre offres d'abonnement "premium" permettant d'aller bien au-delà des fonctionnalités de la version gratuite. Que l'on soit à la recherche de sa prochaine opportunité de carrière ou que l'on souhaite développer sa base de clientèle, le réseau social adapte son offre pour donner les meilleures réponses aux problématiques des différents types de profils.

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Career</b><br>Faites-vous recruter et prenez une longueur d'avance<br><ul style="list-style-type: none"><li>• Démarquez-vous et entrez en contact avec des hiring managers</li><li>• Découvrez comment vous vous positionnez par rapport aux autres candidatures</li><li>• Apprenez de nouvelles compétences et faites évoluer votre carrière</li></ul> <a href="#">En savoir plus</a> | <b>Business</b><br>Développer et entretenir votre réseau<br><b>Toutes les fonctionnalités Career, plus :</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Recherchez et contactez les bonnes personnes</li><li>• Développez votre activité professionnelle</li><li>• Apprenez de nouvelles compétences et mettez en valeur votre marque professionnelle</li></ul> <a href="#">En savoir plus</a> | <b>Sales Navigator Core</b><br>Multiplier les opportunités commerciales<br><b>Toutes les fonctionnalités Business, plus :</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Identifiez les contacts et les comptes clés correspondant à votre marché cible</li><li>• Recevez les informations de vos prospects en temps réel afin de vous aider à entrer en contact au bon moment</li><li>• Construisez des relations de confiance avec les clients et prospects</li></ul> <a href="#">En savoir plus</a> | <b>Recruiter Lite</b><br>Trouvez et recrutez des talents<br><b>Toutes les fonctionnalités Business, plus :</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Trouvez les bons candidats, plus rapidement</li><li>• Contactez directement les talents qui vous intéressent</li><li>• Établissez des relations avec des candidats potentiels</li></ul> <a href="#">En savoir plus</a> |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

Source : LinkedIn

L'abonnement "Ventes", qui inclut la solution LinkedIn Sales Navigator, est celui destiné aux acteurs B2B (indépendants, dirigeants, équipes commerciales) dont l'objectif est d'optimiser la croissance de la base clients et de booster les opportunités commerciales. C'est la machine à prospecter LinkedIn par excellence !

Sales Navigator ouvre les portes de la base de données de professionnels la plus complète du monde, et permet d'identifier, de suivre, de contacter les prospects les plus qualifiés de façon bien plus précise et bien moins onéreuse que l'achat de listes de contacts.



## **CHAPITRE I**

LinkedIn Sales Navigator :  
à quoi ça sert ? Combien ça coûte ?



# I – LinkedIn Sales Navigator : à quoi ça sert ? Combien ça coûte ?

## 1 – Utilité de LinkedIn Sales Navigator

Si votre collection de cartes de visite et les heures de prospection téléphonique vous dépriment, il se pourrait que LinkedIn Sales Navigator soit la solution qu'il vous faut !

Au-delà des opportunités que LinkedIn représente déjà par essence pour les entrepreneurs et commerciaux en matière de promotion B2B et de prospection, son abonnement premium destiné au développement des ventes est une solution qui permet d'aller bien plus loin, en ciblant de façon optimale de futurs clients. LinkedIn Sales Navigator est en effet certainement l'un des meilleurs moyens d'élargir son spectre et de construire des relations fortes avec sa clientèle cible, grâce à un accès illimité à la plus grande (et la plus fiable !) base de données professionnelle du monde.

- **Une grande précision de prospection :**

En donnant accès à l'intégralité des filtres de son moteur de recherche sur l'ensemble de ses membres, LinkedIn permet ici l'utilisation d'un maximum de critères pour définir ses listes de prospects, hors de son réseau personnel, avec une précision sans pareil. L'outil est également capable de suggérer à ses utilisateurs des profils/comptes d'entreprises similaires à la cible visée. Une solution bien plus puissante que la version "standard" du moteur de recherche accessible à tous sur LinkedIn.

- **Un suivi en temps réel de l'actualité des prospects :**

Par ailleurs, bien plus qu'une simple liste de noms, d'adresses et de numéros de téléphone, Sales Navigator offre la possibilité de suivre et étudier l'activité de ses prospects en temps réel. En effet, une fois les listes de prospects / comptes enregistrés, chaque action de la part des personnes et entreprises les constituant apparaît dans le fil d'actualité du compte LinkedIn Sales Navigator. Un vrai avantage pour faciliter une veille active mais aussi pour mieux connaître sa cible et déclencher la prise de contact au bon moment, via une démarche qui peut-être totalement personnalisée grâce à des éléments de contexte pertinents

- **Une prise de contact facilitée :**

Avec LinkedIn Sales Navigator, il est possible d'envoyer jusqu'à 50 InMails par mois (20 pour l'abonnement "Professional").

Envoyer des messages via la messagerie de LinkedIn Sales Navigator à des personnes ne faisant pas partie de son propre réseau est une méthode très efficace pour établir une prise de contact personnalisée et engager des échanges fructueux. Il permet d'aborder la relation de façon plus humaine, loin des discours commerciaux habituels.

Et ça ne s'arrête pas là : on peut également bénéficier de cette richesse de données sur les listes d'entreprises de son propre CRM ; il suffit pour cela de charger ces listes sur son compte LinkedIn Sales Navigator afin de les matcher avec les pages LinkedIn correspondantes.

## 2 - Prix de LinkedIn Sales Navigator

LinkedIn Sales Navigator se décline en [trois offres tarifaires](#) ; elles ont été pensées pour répondre aux besoins des organisations : "Core", "Advanced", "Advanced Plus". Il faut compter 99,17 euros par mois pour la version "Core" (après le mois d'essai gratuit), destinée aux entrepreneurs. Mais il est possible d'économiser jusqu'à 33 % de ce montant en optant pour un paiement annuel. Le forfait revient alors à l'équivalent de 79,33 euros par mois (Tarifs 2022).

|                                                                                                                                                                                                                                                  |                                                                                                                                                                                          |                                                                                                                                                                                                                            |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <br><b>Core</b><br><br>Cliquez ci-dessous pour afficher les tarifs<br><a href="#">Essai gratuit</a>                                                             | <br><b>Advanced</b><br><br>Cliquez ci-dessous pour afficher les tarifs<br><a href="#">Essai gratuit</a> | <br><b>Advanced Plus</b><br><br>Nous contacter<br><a href="#">Demander une démo</a>                                                     |
| <b>Principales fonctionnalités :</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Recherche avancée sur les prospects et entreprises</li><li>• Alertes sur vos prospects et comptes enregistrés</li><li>• Création de listes personnalisées</li></ul> | <b>Principales fonctionnalités :</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Partage de contenu et suivi de l'engagement</li><li>• Mise en relation par des collègues</li></ul>          | <b>Principales fonctionnalités :</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Mises à jour CRM avec validation de données</li><li>• Intégration de contacts CRM</li><li>• <b>Intégrations avancées Enterprise</b></li></ul> |

Source : LinkedIn

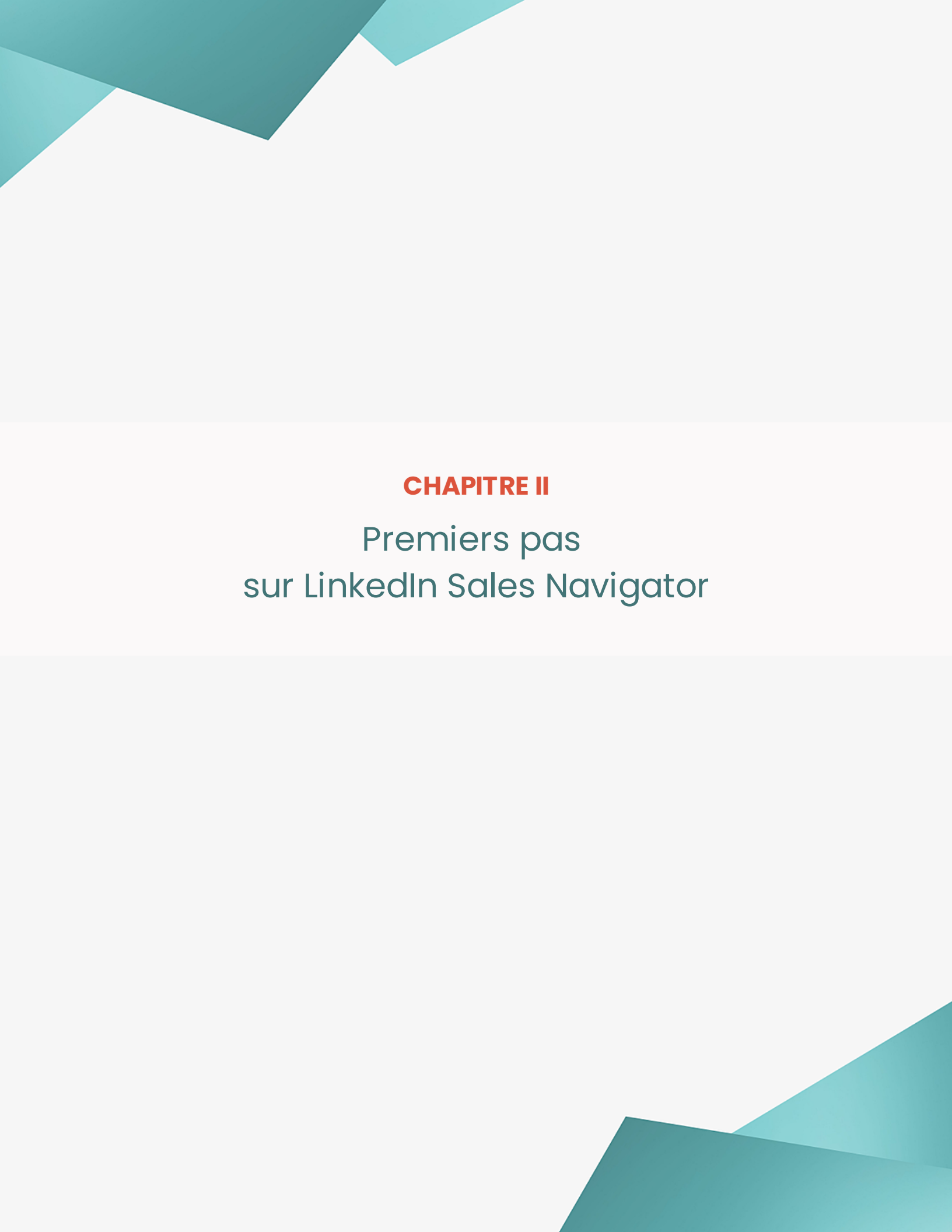
Si le prix de Sales Navigator paraît non négligeable, il reste bien inférieur à l'achat de listes de prospects (bien moins pertinentes) ! De plus, ce coût est largement amorti par le temps gagné dans les démarches de prospection.

Bien exploité, LinkedIn Sales Navigator constitue un investissement offrant un très bon ROI, avec la garantie d'améliorer la connaissance client, son rayonnement sur le réseau social et surtout d'augmenter significativement ses leads.

À noter qu'il est possible de tester gratuitement LinkedIn Sales Navigator pendant un mois. Une opportunité intéressante pour évaluer la pertinence de toutes les fonctionnalités de la solution pour sa propre utilisation. Même si aucuns frais n'est prélevé, il est nécessaire à ce stade de renseigner ses données bancaires.

Sans action de la part de l'utilisateur, les prélèvements mensuels débiteront dès la fin de l'essai.

L'abonnement mensuel étant sans engagement, il peut être résilié à tout moment.



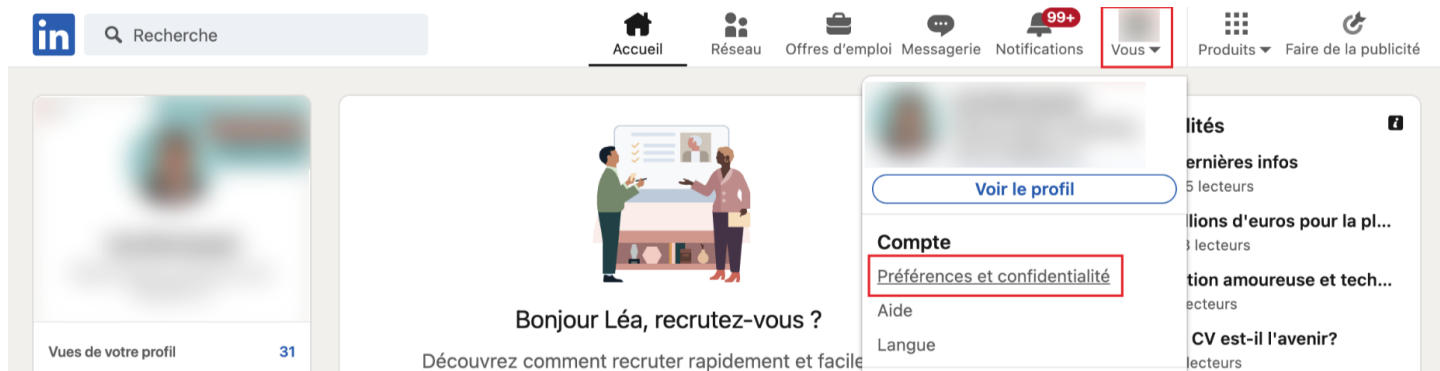
## **CHAPITRE II**

# Premiers pas sur LinkedIn Sales Navigator

## II – Premiers pas sur LinkedIn Sales Navigator

### 1 – Souscrire à LinkedIn Sales Navigator

Pour souscrire à LinkedIn Sales Navigator directement via son profil personnel LinkedIn, il est nécessaire de cliquer sur “Vous”, à droite de la barre de navigation principale, puis se rendre sur “Préférences et confidentialité”.



Une fois sur la page, il suffit de se rendre dans la section “Préférence du compte”, ensuite dans l’encart “Abonnements et paiements” et de cliquer sur “Essai Premium gratuit”



Il faudra ensuite répondre aux questions posées par LinkedIn. Le nombre de questions posées varient en fonction du nombre de réponses données. Ceci, afin d’identifier le plus pertinemment possible le besoin. Exemple pour “Je voudrais trouver des prospects plus efficacement”

Léa, qu'attendez-vous de Premium ?  
Nous vous recommanderons l'abonnement qui vous convient.

- ☐ Rechercher des offres d'emploi et trouver un travail
- ☐ Développer mes compétences professionnelles
- ☐ Développer mon réseau ou gérer mon image
- ☒ Trouver des prospects plus efficacement
- ☐ Trouver et recruter des talents plus rapidement

[Voir tous les abonnements](#) [Suivant](#)

Le besoin est clair, il ne reste plus qu'à sélectionner l'abonnement recommandé par LinkedIn :

### Sales Navigator Core

Pour les personnes

- Trouvez des prospects et des comptes dans votre marché cible
- Recevez les données en temps réel afin de vous aider à entrer en contact au bon moment
- Développez des relations de confiance avec les clients et prospects

Après votre premier mois gratuit, votre abonnement sera de 99,17 EUR\* par mois

[Démarrer mon mois gratuit](#) [En savoir plus](#)

### Sales Navigator Advanced

Pour les équipes

Comprend toutes les fonctionnalités de Sales Navigator Core, plus :

- Tirez avantage du réseau partagé de votre équipe
- Collaborez efficacement avec vos collègues
- Partagez du contenu et suivez l'engagement

Après votre premier mois gratuit, votre abonnement sera de 161,99 EUR\* par mois

[Démarrer mon mois gratuit](#) [En savoir plus](#)

À ce stade, l'utilisateur est invité à renseigner ses données bancaires puis à paramétrer des premiers critères de recherche génériques (les "préférences de vente"), tels que ses zones géographiques, ses secteurs d'activité, le type d'entreprise, etc.

À partir de là, il est alors possible de créer ses premières listes de prospects/entreprises et de bénéficier de tout ce que LinkedIn Sales Navigator a à offrir.

## 2 - Accéder à LinkedIn Sales Navigator

Une fois l'abonnement souscrit, l'accès à Sales Navigator peut directement se faire via son profil personnel LinkedIn. Il suffit de cliquer sur l'icône en forme de boussole qui se trouve tout en haut à droite de la barre de navigation du profil.



On arrive alors sur l'interface LinkedIn Sales Navigator. Elle se présente un peu comme une déclinaison d'un profil personnel LinkedIn, avec notamment un fil d'actualité. Mais, ce dernier diffuse non pas l'actualité de sa communauté, mais celle des listes de prospects et de comptes (d'entreprises) enregistrées. Une mine précieuse d'information pour une veille incroyablement efficace.

La pièce maîtresse de l'interface est bien sûr la barre de recherche en haut de la page.



### 3 - Le moteur de recherche LinkedIn Sales Navigator

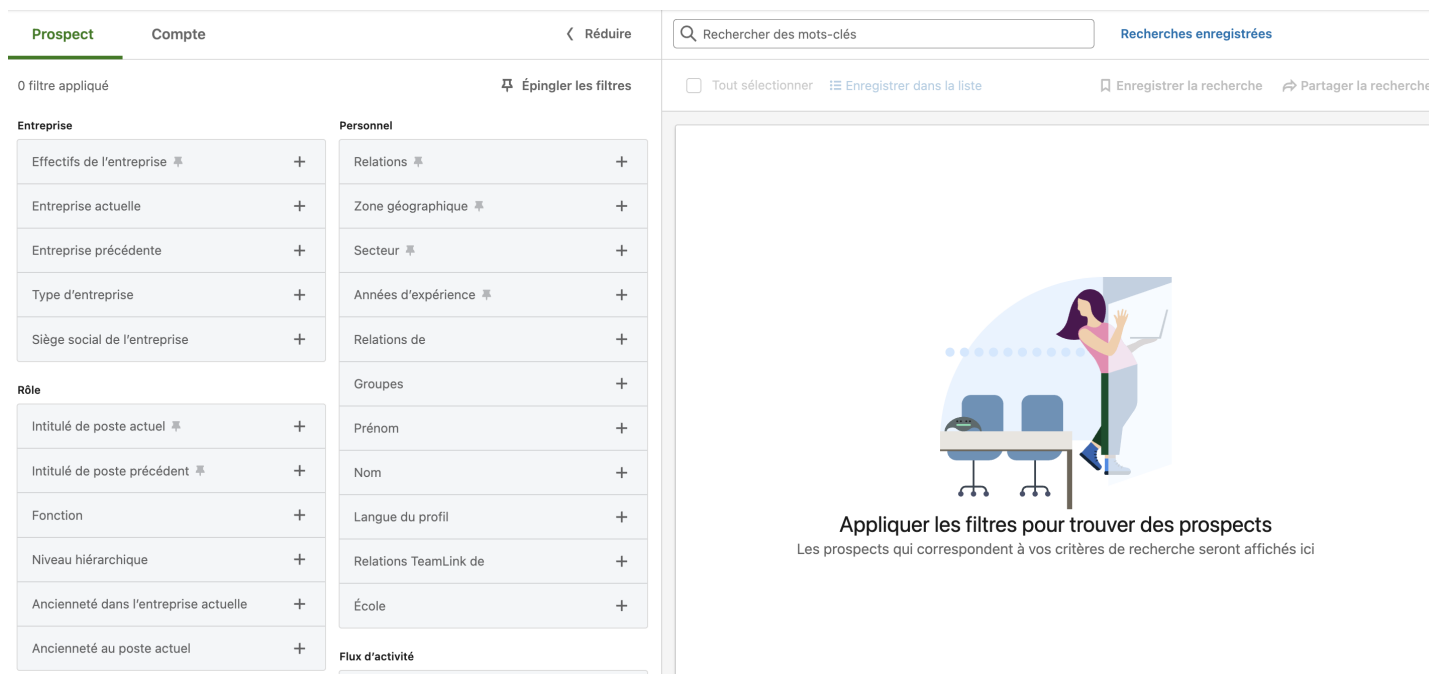
La recherche de profils et entreprises via LinkedIn Sales Navigator peut se limiter à l'utilisation d'un simple mot-clé renseigné dans la barre de recherche. Cependant, toute la force de la solution réside en la possibilité d'utiliser des critères de recherche avancés pour obtenir des résultats très précis. Ils pourront être enregistrés simplement en tant que "Recherche" (de prospects ou de comptes) ou en tant que listes de prospects (contacts) ou de listes de comptes (entreprises) utilisables par la suite pour des prises de contact ciblées et éventuellement de futures campagnes.

Pour lancer une recherche avancée, il faut se rendre au niveau de la barre de recherche de LinkedIn Sales Navigator :

- Il faut sélectionner **"Filtres prospects"** (profils LinkedIn) ou **"Filtres de comptes"** (pages entreprise) en fonction du type de liste que l'on souhaite créer.



- Pour chaque catégorie ("prospects" et "comptes"), tous les filtres pouvant entrer dans la définition de la recherche y sont listés ; Objectif ? Renseigner les critères de recherche les plus adaptés pour lancer la requête.



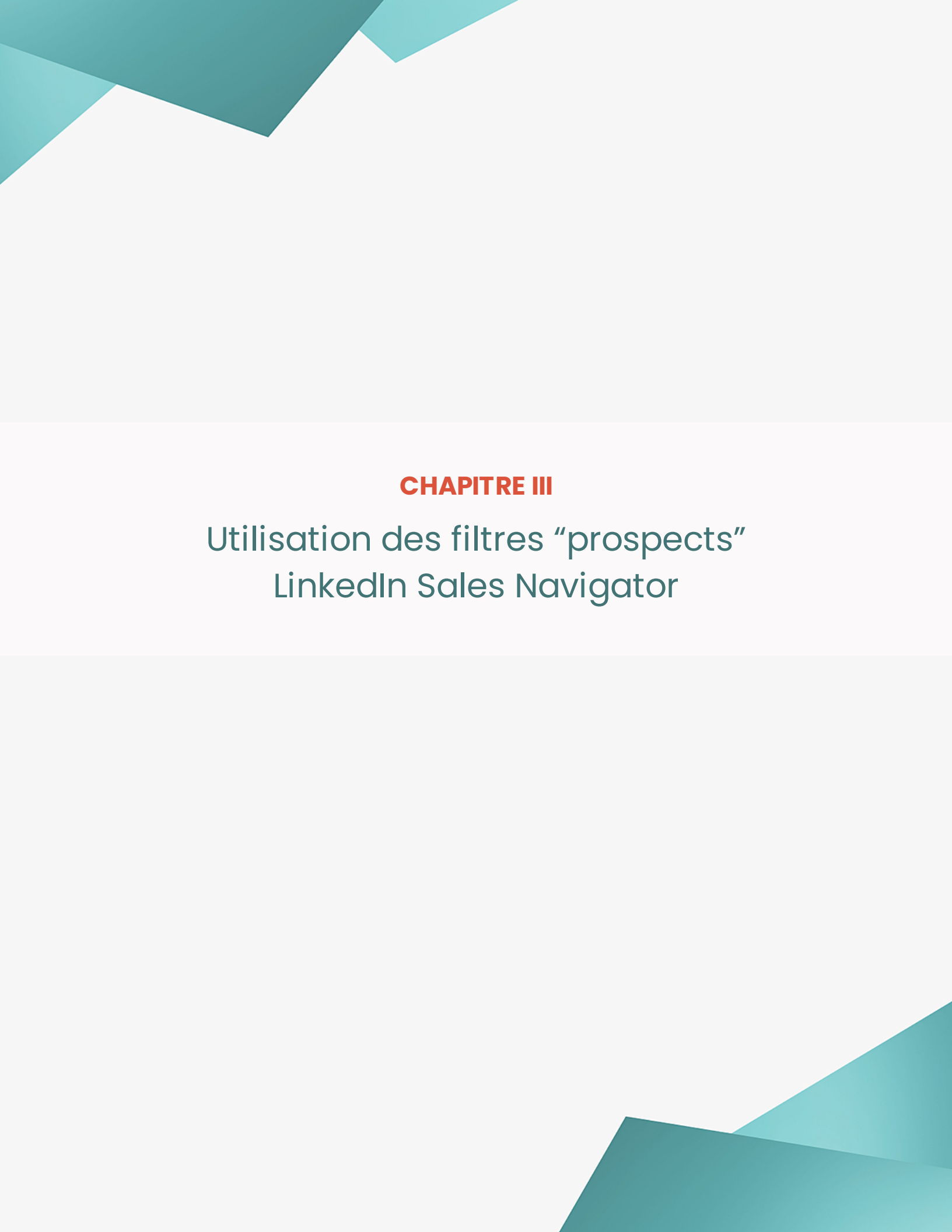
Sans chercher à tous les utiliser, il est tout de même conseillé de combiner plusieurs filtres afin de gagner en précision et obtenir les résultats les plus pertinents possible (cf. rubriques "Utilisation des filtres LinkedIn Sales Navigator" pour chaque type de recherche).

- Une fois la liste des résultats de recherche obtenue, il ne reste plus qu'à sélectionner les profils / comptes que l'on souhaite retenir et les enregistrer. Ce listing restera à disposition dans l'outil afin de l'utiliser et de continuer à l'enrichir.

Le nombre de listes n'est pas limité, mais il est important de bien les différencier afin de mieux distinguer ses cibles. Cela peut permettre par exemple un classement des prospects par secteur d'activité, poste, entreprise, etc.

Selon la recherche réalisée ("prospects" ou "comptes"), les filtres de l'interface LinkedIn Sales Navigator sont différents. Voyons plus en détail comment bien utiliser les filtres de chaque catégorie afin de créer des listes de contacts et des listes d'entreprises pertinentes et efficaces.





## **CHAPITRE III**

# Utilisation des filtres “prospects” LinkedIn Sales Navigator

# III – Utilisation des filtres “prospects”

## LinkedIn Sales Navigator

Ici, le focus est fait sur les filtres réservés à la recherche de prospects, afin de créer des listes de décisionnaires (managers, dirigeants, entrepreneurs, etc.) dont on pourra ensuite suivre l’activité et que l’on pourra contacter facilement.

### 1 – Avant propos sur les filtres “prospects” de LinkedIn Sales Navigator

Les filtres “prospects” sont classés en 6 familles :

- Personnel
- Rôle
- Entreprise
- Spotlights
- Contenu publié
- Flux d’activité

Comme déjà précisé, il est utile d’en utiliser plusieurs pour affiner un maximum sa liste, mais il n’est pas nécessaire de tous les renseigner.

Les filtres les plus utilisés sont mentionnés ci-dessous, d’autres sont encore à découvrir sur LinkedIn Sales Navigator.

Afin d’optimiser l’utilisation des filtres au maximum et d’affiner au mieux les listes, chaque filtre offre bien sûr la possibilité d’inclure des critères, mais aussi de les exclure.

Afin d’exclure le critère, il faudra simplement, lors de sa sélection, cliquer sur “exclure” :

Secteur 🚩 —

Services et conseil informatiques | X

Ajouter des secteurs d’activité

|                                   |                   |
|-----------------------------------|-------------------|
| Technologie, information et In... | Inclure   Exclure |
| Télécommunications 390 K+         | Inclure   Exclure |
| Services financiers 830 K+        | Inclure   Exclure |
| Services de publicité 820 K+      | Inclure   Exclure |

Par ailleurs, lorsque l'on utilise le filtre "Mots-clés", il est possible d'ajouter des opérateurs booléens afin d'établir des relations entre les mots-clés recherchés. À noter que ces opérateurs peuvent également être utilisés dans les critères de recherche sur le moteur de recherche du profil LinkedIn.

Les termes booléens doivent toujours être rédigés en majuscules.

- Taper **NOT**, en amont d'un mot-clé, afin de l'exclure des résultats de recherche. Ce terme peut permettre de mieux trier les profils de la liste. Par exemple :NOT président, ou bien, CEO NOT président.
- Pour élargir sa recherche, on peut utiliser le terme **OR** : les résultats de recherche incluront ainsi des profils correspondant aux différents mots-clés renseignés dans le champ. Par exemple : marketing OR communication OR commercial.
- Employer le mot **AND** pour limiter les résultats de la recherche aux personnes présentant sur leur profil l'ensemble des termes renseignés dans le champ. Par exemple : SciencePo AND Celsa.
- L'utilisation des **guillemets** est appropriée lorsque l'on souhaite obtenir des profils incluant une expression exacte. Exemple pour la recherche de profils ayant comme titre spécifique "consultant SEO". Les guillemets peuvent être utilisés avec les autres termes booléens : "SciencePo" AND "Celsa".
- Enfin, pour aller plus loin dans la recherche par mots-clés, grâce aux **parenthèses**, il est possible d'allier des termes et des opérateurs, comme Marketing AND (B2B OR B2C) par exemple. Le résultat obtenu est alors les profils contenant Marketing B2B ou Marketing B2C.

## 2 – Comment utiliser les principaux filtres "prospects" de LinkedIn Sales Navigator

Voici ce qu'il faut savoir sur les principaux filtres "prospects" du moteur de recherche de LinkedIn Sales Navigator ainsi que quelques conseils pratiques pour bien les utiliser.

- Dans un premier temps, nous retrouvons le **filtre "Mots-clés"** : critère de recherche le plus générique, il se concentre sur l'ensemble du contenu des profils.

Les résultats obtenus présenteront toutes les personnes ayant mentionné au moins une fois le terme recherché dans leur profil. De par sa nature, il peut produire des résultats peu précis et très aléatoires.

### Notre conseil :

Ce filtre étant très large, il est bon de ne l'utiliser que pour des termes ou expressions très spécifiques, comme une compétence particulière qui n'apparaîtrait pas dans le titre d'un poste. Exemple : "conception code front-end". Il est conseillé aussi d'utiliser les opérateurs booléens (voir partie précédente).

## Les filtres “Personnel” :

- **Niveau de relation** : ce filtre sous forme de menu déroulant permet de focaliser ses recherches sur un cercle de relation spécifique.

### Personnel

Relations 

Relations de 1er niveau

Relations de 2e niveau

Membres du groupe

Relations de 3e niveau et plus

Il suffit de sélectionner le(s) niveau(x) souhaité(s) :

- o 1er niveau : personnes faisant partie de son réseau LinkedIn.
- o 2e niveau : personnes connectées aux personnes faisant partie de son réseau LinkedIn.
- o Membres du groupe : personnes inscrites aux groupes dont on est membre.
- o 3e niveau et plus : personnes sans aucun lien avec son réseau.

### Notre conseil :

Si on souhaite élargir sa base de prospects au-delà de son 1er niveau, tout en ayant la garantie de cibler des personnes réceptives, il est conseillé de commencer par créer des listes constituées de personnes de 2e niveau ou de membres de groupes. La cible peut en effet être plus sensible à une interaction lorsqu'elle a conscience de l'existence d'une relation commune ou d'un intérêt commun : un bon moyen pour rompre la glace !



- **Filtres “Zone géographique” et “Langue du profil”** : ces deux filtres sont à utiliser si on souhaite restreindre sa recherche à un pays / région / ville en particulier et à des personnes employant une langue spécifique.
- **École** : permet de trier les personnes de la liste en fonction de l'école renseignée dans leur profil.
- **Filtres “Nom” et “Prénom”** : pour une recherche ultra ciblée, sur un profil en particulier, il est possible de lancer une recherche en indiquant les nom et prénom de la personne souhaitée.
- **Secteur** : ce filtre, sous forme de menu déroulant, permet de centrer ses recherches sur des secteurs d'activité spécifiques.

#### Notre conseil :

Attention à la pertinence de ce critère ; il se base sur le secteur d'activité renseigné par la personne sur son profil (pas sur celui de l'entreprise dans laquelle elle travaille) : beaucoup d'utilisateurs renseignent le champ “Secteur” de leur profil en le confondant avec “Fonction”.

Ainsi certains y précisent le service dans lequel ils travaillent (exemple : communication), pas le nom de l'industrie (exemple : banque).

#### Les filtres “Rôle :

- **Niveau hiérarchique** : ce filtre sous forme de liste déroulante permet de sélectionner les catégories hiérarchiques que l'on souhaite cibler.

- **Intitulé du poste actuel :** ce filtre sélectionne les prospects selon le poste qu'ils ont renseigné sur leur profil comme étant leurs "expérience actuelle" ou "expériences précédentes" (il est demandé de le préciser dans la recherche).

Intitulé de poste actuel

Ajouter des postes actuels

#### Notre conseil :

Pour utiliser ce filtre, il est nécessaire de connaître rigoureusement sa cible. Il est possible de multiplier les titres recherchés en sélectionnant plusieurs termes ; il est également possible d'en exclure en cliquant sur l'icône "sens interdit" associé.

- **Fonction :** un filtre qui se présente encore une fois sous forme d'une liste exhaustive et qui permet de rechercher les personnes selon le pôle de l'entreprise dans lequel elles travaillent.

Fonction

Ajouter des fonctions

|                               |                   |
|-------------------------------|-------------------|
| Accounting                    | Inclure   Exclure |
| Administrative                | Inclure   Exclure |
| Arts and Design               | Inclure   Exclure |
| Business Development          | Inclure   Exclure |
| Community and Social Servi... | Inclure   Exclure |

#### Notre conseil :

Ce paramètre est défini par l'algorithme selon le poste renseigné par l'utilisateur LinkedIn. Il peut donc manquer de précision. À utiliser avec précaution.



## Les filtres "Entreprise" :

- **Entreprise actuelle** : ce filtre permet de préciser des noms d'entreprises pour trouver les prospects qui y travaillent. Selon son objectif de recherche, il faut penser à sélectionner "actuelle", "précédente", "actuelle ou précédente", "précédente non actuelle". Si l'entreprise n'est pas présente sur LinkedIn via une page entreprise, elle n'apparaîtra pas dans les suggestions.
- **Effectif de l'entreprise** : filtre qui s'intéresse aux effectifs indiqués sur la page LinkedIn de l'entreprise. La liste des prospects obtenue dépendra donc de la taille de l'entreprise dans laquelle ils indiquent travailler.



Effectifs de l'entreprise ▾

- 1-10
- 11-50
- 51-200
- 201-500
- 501-1 000

### Notre conseil :

Un filtre intéressant quand on cherche à obtenir des contacts affiliés à une certaine catégorie d'entreprise en particulier (PME, grandes entreprises, etc.).

- **Type d'entreprise** : filtre sous forme de menu déroulant qui s'intéresse aux statuts d'entreprise. Peut être couplé au filtre "taille d'entreprise" pour cibler des prospects travaillant dans des entreprises ayant des caractéristiques particulières.

## Le filtre "Contenu publié" :

Il permet la recherche de mots-clés dans les articles publiés par un contact, c'est donc un filtre très spécifique.

### Contenu publié



Mots-clés dans les articles ▾

## Le filtre "Spotlights" :

Ce filtre permet de placer dans les premières lignes des résultats de recherche les prospects avec qui l'on partage des caractéristiques communes (expérience, suivi de notre page entreprise) ou qui ont eu une activité récente sur LinkedIn (mise à jour du profil, publication).

### Spotlights

Activités et expériences partagées  

Ont changé de poste au cours des 90 derni...

Dans l'actualité des 30 derniers jours

Ont publié du contenu sur LinkedIn au cours...

Suivent votre entreprise

Ont partagé des expériences avec vous

### Notre conseil :

L'utilisation de ce filtre peut être un bon moyen de trouver assez facilement des profils plus réceptifs aux prises de contact, car il permet de mettre en avant des personnes actives sur le réseau, ou partageant des intérêts communs. Les contacts "ayant changé de poste au cours des 90 derniers jours" est notamment un excellent critère pour toucher des prospects plus à l'écoute de nouvelles propositions.

## Les filtres "Flux d'activité" :

Comme indiqué dans son nom, cette section permet de filtrer la recherche en fonction de l'activité des contacts (même au sein de son CRM), mais pas seulement. Il est également possible de sélectionner des prospects ou comptes appartenant à des recherches ou des listes déjà enregistrées, pour retoucher des contacts déjà adressés, ou les exclure de la recherche actuelle par exemple.

### Flux d'activité

|                                                                                                           |   |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------|---|
| Liste de prospects     | + |
| Personnes dans le CRM  | + |
| Passez votre contrat au niveau supérieur pour activer le filtre                                           |   |
| Liste de comptes                                                                                          | + |
| Personnes avec qui vous avez interagi                                                                     | + |
| Prospects et comptes enregistrés                                                                          | + |

## Les filtres “Ancienneté dans le poste actuel”, “Ancienneté dans l’entreprise actuelle” et “Années d’expérience” :

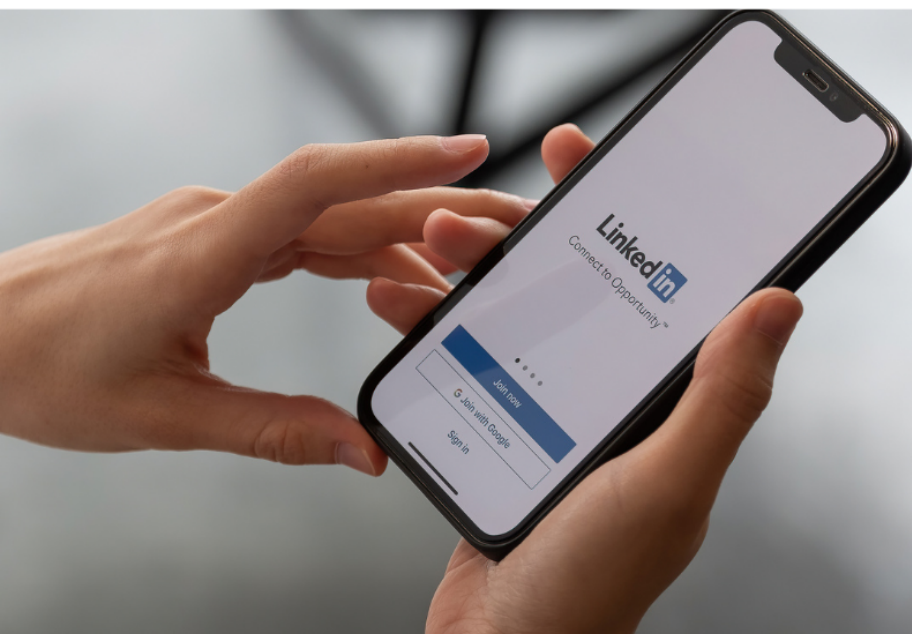
Ils permettent de trouver des contacts en fonction de leurs années d’expérience sur un poste (poste actuel), sur un domaine d’activité (années d’expérience) ou au sein de l’entreprise dans laquelle ils travaillent actuellement (entreprise actuelle).

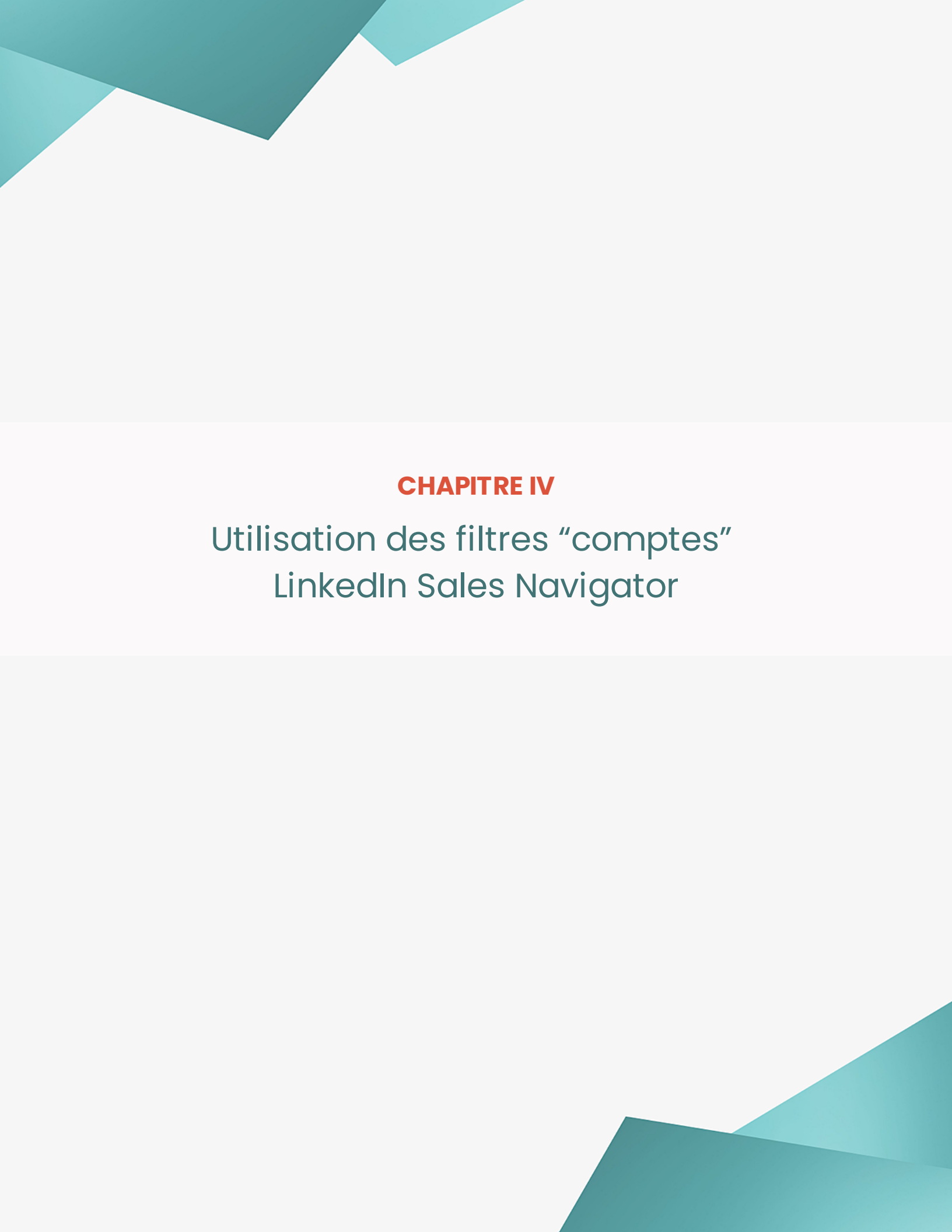
### Notre conseil :

il peut par exemple être intéressant d’utiliser ce critère pour trouver des personnes davantage décideurs en sélectionnant des contacts avec plus d’années d’expérience dans l’entreprise.

Une fois tous les filtres renseignés, il ne reste plus qu’à cliquer sur “Rechercher” pour obtenir les résultats de recherche.

**Important :** sur l’ensemble des profils répondant à la requête, LinkedIn Sales Navigator n’affichera toujours que 2 500 profils dans les résultats de chaque recherche, peu importe le nombre total correspondant. D’où l’importance d’affiner un maximum ses recherches pour ne pas passer à côté de profils intéressants.





## **CHAPITRE IV**

# Utilisation des filtres “comptes” LinkedIn Sales Navigator

# IV – Utilisation des filtres “comptes”

## LinkedIn Sales Navigator

Passons aux filtres réservés à la recherche de comptes afin de créer des listes d'entreprises. Elles permettront de concentrer ses efforts de prospection sur les organisations les plus susceptibles d'être intéressées par les produits et services que l'on vend.

En effet, une fois établies, ces listes donnent l'opportunité de suivre l'actualité de l'entreprise (recrutement, nouveaux marchés, levées de fonds, besoins particuliers) afin d'être réactif et prendre contact avec les décideurs au bon moment (cf. sous-rubrique “créer une liste de prospect à partir d'une liste de comptes” dans la rubrique suivante).

### 1 – Avant propos sur les filtres “comptes” de LinkedIn Sales Navigator

Les filtres “comptes” sont classés en 3 grandes familles :

- Caractéristiques de l'entreprise
- Spotlights
- Flux d'activité

Comme pour les recherches de prospects, il faudra associer l'utilisation de plusieurs filtres afin de garantir la pertinence des listes (sans obligation de tous les renseigner non plus).

Afin d'affiner les recherches, on peut ici aussi utiliser l'exclusion sur certains filtres ainsi que les opérateurs booléens pour le filtre “Mots-clés” (cf. rubrique “Avant propos sur les filtres prospects” ci-dessus).

### 2 – Comment utiliser les principaux filtres “comptes” de LinkedIn Sales Navigator

Voici ce qu'il faut savoir sur les principaux filtres “comptes” du moteur de recherche de LinkedIn Sales Navigator ainsi que quelques conseils pratiques pour bien les utiliser.

Comme pour les filtres “prospects”, nous retrouvons dans un premier **le filtre “Mots-clés”** : ce filtre permet de rechercher, sur l'ensemble d'une page entreprise, l'emploi d'un terme spécifique.



De par sa nature très générique, c'est un filtre, qui peut se révéler très aléatoire et donner des résultats bien trop larges pour construire une liste précise.

#### Notre conseil :

L'utilisation de ce filtre doit être réservée pour des besoins très ciblés, comme un type d'entreprise particulier, un secteur d'activité de niche (exemple : “start-up” – pour une recherche spécifique sur des start-ups).

Par ailleurs, il est préférable de l'associer à l'utilisation d'autres filtres pour faire une “recherche dans la recherche”.

## Les filtres “Caractéristiques de l’entreprise” :

- **Lieu du siège social** : ce filtre permet de rechercher les entreprises selon un pays, une région ou même de limiter la requête à une ville spécifique. La recherche peut aussi se faire en précisant un code postal.

Lieu du siège social

Ajouter des lieux

|                                 |                   |
|---------------------------------|-------------------|
| Asie                            | Inclure   Exclure |
| Pays nordiques                  | Inclure   Exclure |
| Moyen-Orient et Afrique du ...  | Inclure   Exclure |
| Europe, Moyen-Orient et Afri... | Inclure   Exclure |
| Europe                          | Inclure   Exclure |

☒ Région géographique

☐ Code postal

### Notre conseil :

Un critère essentiel quand son activité est limitée à une région en particulier.

- **Secteur** : permet de centrer ses recherches sur des secteurs d’activité spécifiques.

Secteur

Ajouter des secteurs d'activité

|                                   |                   |
|-----------------------------------|-------------------|
| Fabrication pour l'industrie d... | Inclure   Exclure |
| Optométristes                     | Inclure   Exclure |
| Fabrication de matériel infor...  | Inclure   Exclure |
| Développement de logiciels        | Inclure   Exclure |
| Produits de mise en réseau i...   | Inclure   Exclure |

### Notre conseil :

Critère essentiel quand l'offre vendue s'adresse à un ou des secteurs en particulier. Ne pas hésiter à inclure plusieurs options (ou à en exclure en cliquant sur l'icône "sens interdit" associé au critère) afin d'obtenir uniquement les résultats les plus pertinents.

- **Effectif de l'entreprise** : un filtre très simple qui permet de sélectionner, parmi 9 propositions, la taille de l'entreprise visée (de l'indépendant, à l'entreprise de plus de 10 000 employés).
- **Croissance des effectifs de l'entreprise** : ce filtre permet de s'intéresser aux entreprises en fonction de la croissance (ou décroissance) de leurs effectifs.

Croissance des effectifs de l'entreprise 📌 —

Min (%) à Max (%)

Réinitialiser Ajouter

#### Notre conseil :

Un critère intéressant quand on est à la recherche de nouvelles opportunités. Par exemple, une croissance forte pourrait impliquer des besoins en nouveaux matériels, des besoins de nouveaux locaux, etc.

- **Chiffre d'affaires annuel** : ce filtre permet de préciser la devise utilisée par l'entreprise ainsi qu'une fourchette de chiffre d'affaires. Un critère supplémentaire permettant d'affiner davantage la taille des entreprises que l'on souhaite cibler.
- **Effectif de la division** : filtre qui permet de spécifier un département de l'entreprise (parmi une liste déroulante d'une trentaine de choix) et sa taille en effectif.

Effectifs de la division —

Comptabilité ▼

Min à Max

Réinitialiser Ajouter

#### Notre conseil :

Critère intéressant quand on cherche à sélectionner les entreprises ayant en leur sein un département en particulier avec une la taille spécifique (exemple : recherche centrée sur les entreprises ayant un service de comptabilité réduit, avec potentiellement un besoin de prestations extérieures pour absorber une charge supplémentaire de travail liée à une levée de fonds).



- **Croissance des effectifs de la division** : un filtre qui permet d'apporter davantage de précision sur la situation du service visé en observant l'évolution de ses effectifs. Une croissance forte pourrait par exemple signifier un besoin en nouveaux outils, un besoin de formation, etc. De quoi orienter les messages de prospection à venir.
- **Technologies utilisées** : voilà un filtre d'une extrême précision, qui permet d'extraire les entreprises selon le type de technologie utilisée, comme un outil de gestion de contenu (Wix par exemple) ou des outils spécifiques (HubSpot par exemple). Les technologies sont limitées à celles présentées dans la liste déroulante.

Technologies utilisées —

Hubspot

PrestaShop

Salesforce SPF

Shopware

Angular JS

#### Notre conseil :

Un critère intéressant quand on souhaite avoir plus d'informations sur les technologies utilisées par l'entreprise.

### Les filtres "Spotlights" :

Ce filtre permet de rechercher les entreprises qui ont publié des offres d'emploi sur LinkedIn, mais également en fonction de deux actualités fortes : "changement de direction sur les 3 derniers mois" ou "comptes avec levées de fonds au cours des 12 derniers mois".

#### Spotlights

Offres d'emploi 📌 +

Activités récentes 📌 —
 

Changements de direction sur les 3 dernier...

Levées de fonds au cours des 12 derniers m...

#### Notre conseil :

Un critère qui peut permettre de saisir des opportunités liées aux changements que connaît l'entreprise. Une nouvelle levée de fonds peut être synonyme de développement et donc de nouveaux besoins. Un changement de direction peut être l'occasion de contacter les nouveaux dirigeants, à l'écoute du marché et parfois plus ouverts à de nouvelles collaborations.

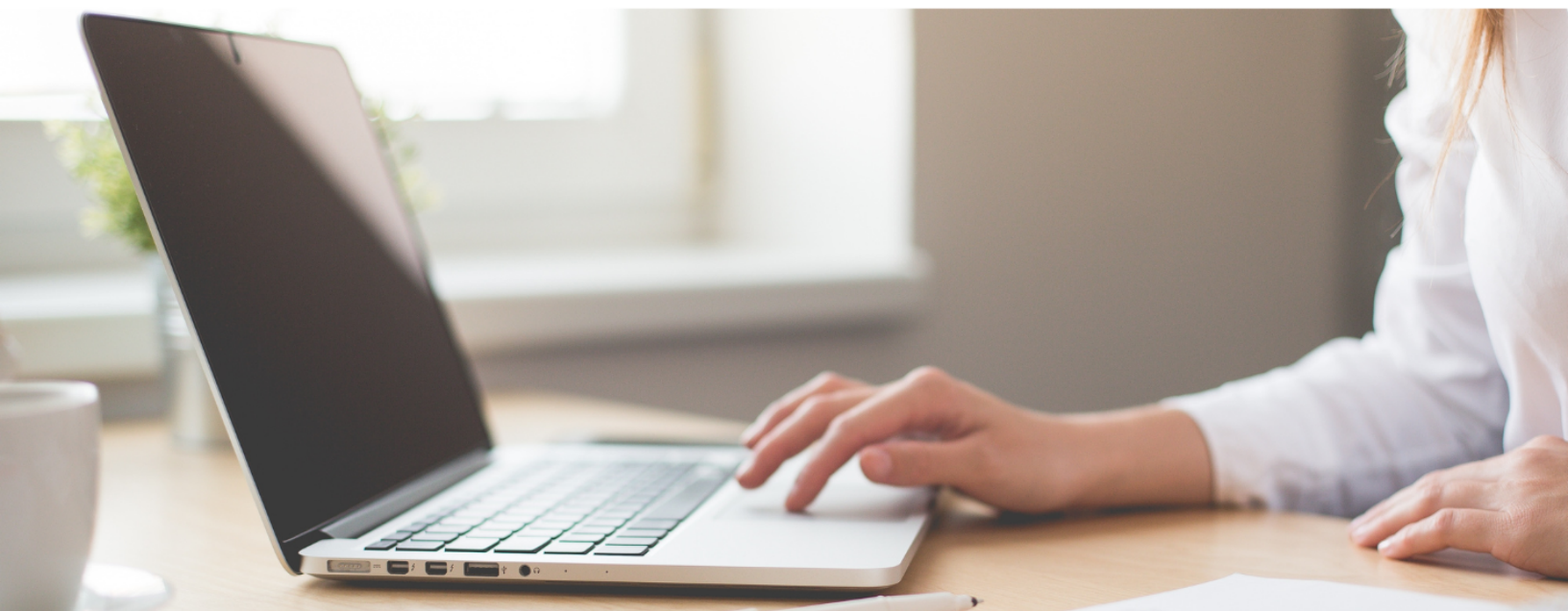
## Les filtres “Flux d’activité” :

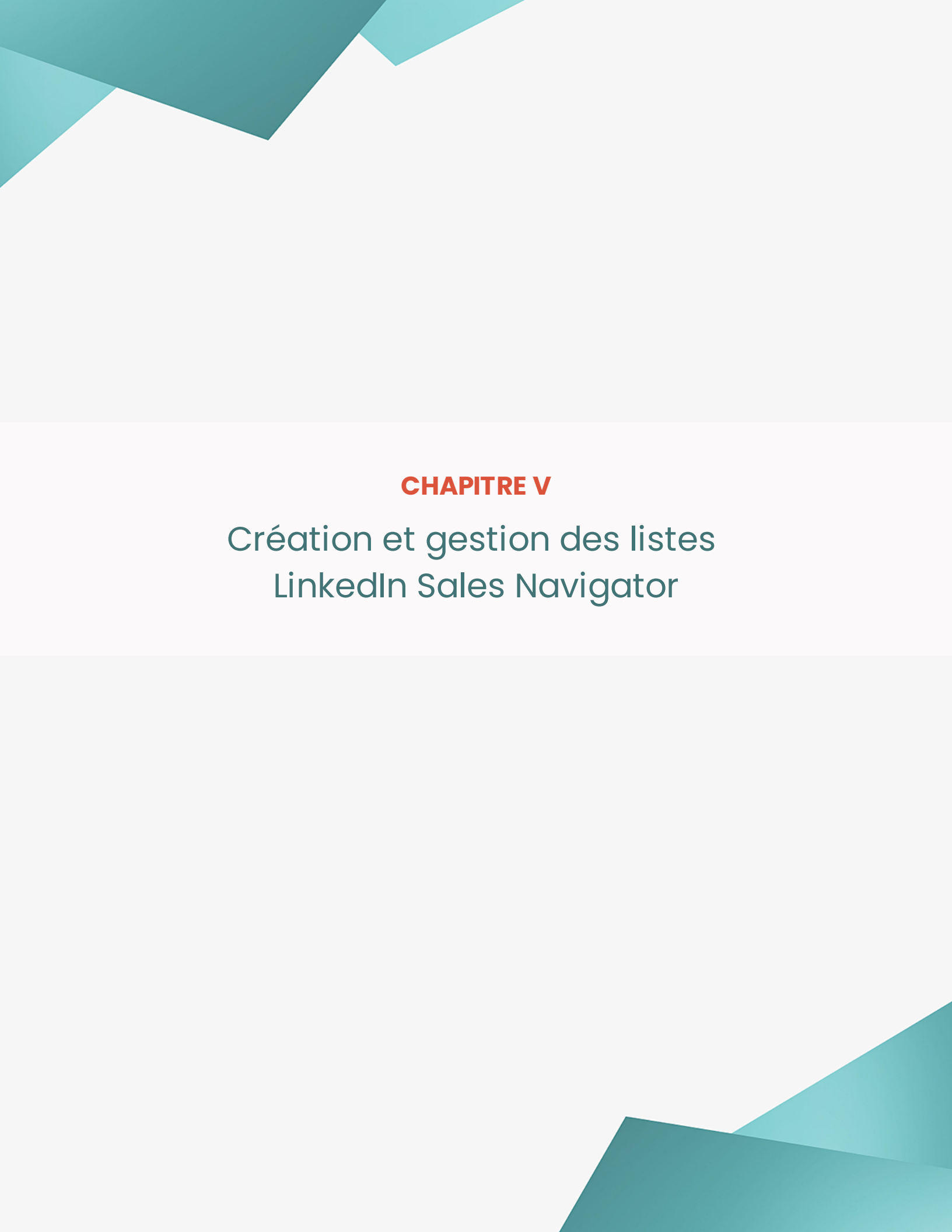
Ils rendent possible la recherche établie sur l’activité des entreprises au sein de son CRM et également d’inclure ou exclure des comptes préalablement enregistrés.

### Flux d’activité

|                                                                 |   |
|-----------------------------------------------------------------|---|
| Entreprises dans le CRM                                         | + |
| Passez votre contrat au niveau supérieur pour activer le filtre |   |
| Comptes enregistrés                                             | + |

Une fois tous les filtres renseignés, il ne reste plus qu’à cliquer sur “Rechercher” (en haut à droite de la fenêtre de recherche) pour obtenir les résultats correspondants.





## **CHAPITRE V**

# Création et gestion des listes LinkedIn Sales Navigator

# V – Création et gestion des listes LinkedIn Sales Navigator

## 1 – Finaliser et enregistrer ses listes

La liste qui s'affiche peut être enregistrée telle quelle ou être affinée de différentes manières :

- Il est possible de préciser de nouveaux filtres et de modifier ceux déjà utilisés, ou encore de faire une recherche par mot-clé sur le listing, en utilisant les champs des encarts "Mots-clés" situé en haut de la page des résultats et "Filtres" situés à gauche.
- Pour ne pas enregistrer l'ensemble des profils ou comptes listés, il est également possible de sélectionner manuellement ceux qui seraient à retenir.

The screenshot displays the LinkedIn Sales Navigator interface. On the left, under the 'Compte' tab, there are two main filter sections: 'Caractéristiques de l'entreprise' and 'Spotlights'. The 'Caractéristiques de l'entreprise' section includes filters for 'Chiffre d'affaires annuel', 'Effectifs de l'entreprise' (set to 1-10), 'Croissance des effectifs de l'entreprise', 'Lieu du siège social' (set to Ville de Paris, Île-de-France, France), 'Secteur' (set to Avocats), and 'Nombre d'abonnés'. The 'Spotlights' section includes 'Offres d'emploi', 'Activités récentes', 'Flux d'activité', 'Entreprises dans le CRM', 'Passer votre contrat au niveau supérieur pour activer le filtre', and 'Comptes enregistrés'. On the right, there is a search bar labeled 'Rechercher des mots-clés' and a section titled 'Recherches enregistrées' showing a list of results with 'Voir' buttons.



C'est un travail qui peut-être nécessaire, surtout dans les cas où les résultats de la recherche sont supérieurs à 2 500 profils.

Une fois ce travail effectué, il suffit de cliquer sur "Enregistrer la recherche" (en haut à droite de la liste) pour nommer sa liste, définir la fréquence des alertes (cf. paragraphe suivant et l'archiver).

The screenshot shows the 'Compte' tab selected. The left sidebar contains filters for company characteristics and spotlights. The main area displays a list of search results. A red box highlights the 'Recherches enregistrées' button in the top right corner of the results area.

Concernant les prospects, il est également possible d'enregistrer un seul profil sur une liste préexistante ou d'initier une nouvelle liste à partir d'un profil en cliquant sur le bouton "Enregistrer" qui se trouve à droite de chaque profil du listing, puis en sélectionnant l'action souhaitée.

The screenshot shows the 'Prospect' tab selected. The left sidebar contains filters for company and personnel information. The main area displays a list of search results. A red box highlights the 'Enregistrer' button in the top right corner of the results area.

Et, concernant les prospects, si l'on tombe sur LE profil parfait et que l'on souhaite créer une liste avec des profils qui seraient similaires, rien de plus simple !

Il suffit de :

- cliquer sur les trois points qui se trouvent à droite du bouton "Enregistrer" au niveau du profil en question ;
- sélectionner "Voir des profils similaires" ;
- une liste de profils apparaîtra. Il ne restera plus qu'à y appliquer des filtres éventuels ou sélectionner les profils manuellement, puis enregistrer la liste obtenue.

The screenshot displays the LinkedIn Sales Navigator interface. On the left, the 'Compte' (Account) tab is active, showing various filters applied to the search results. These include 'Caractéristiques de l'entreprise' (Company characteristics) with filters for 'Chiffre d'affaires annuel' (Annual revenue), 'Effectifs de l'entreprise' (Company size), 'Croissance des effectifs de l'entreprise' (Company growth), 'Lieu du siège social' (Headquarters location), 'Secteur' (Industry), and 'Nombre d'abonnés' (Number of followers). The 'Spotlights' (Spotlights) section shows 'Offres d'emploi' (Job offers) and 'Activités récentes' (Recent activities). The 'Flux d'activité' (Activity feed) section shows 'Entreprises dans le CRM' (Companies in CRM), 'Passez votre contrat au niveau supérieur pour activer le filtre' (Upgrade your contract to activate the filter), and 'Comptes enregistrés' (Registered accounts). On the right, the search results are displayed under the 'Recherches enregistrées' (Saved searches) tab. A search bar at the top allows for keyword searches. Below the search bar, there are buttons for 'Tout sélectionner' (Select all), 'Enregistrer dans la liste' (Save to list), 'Retire' (Remove), and 'Voir les employés actuels' (View current employees). The search results show a list of companies with their logos, names, and locations. A red box highlights the three dots menu next to the first company, which contains options like 'Voir des profils similaires' (View similar profiles), 'Modifier la liste' (Modify list), and 'Retirer' (Remove). The 'Voir des profils similaires' option is highlighted with a red box.

## 2 - L'importance des alertes sur les listes

La richesse de la base de données LinkedIn tient certes à sa taille, mais aussi à l'exactitude de ses informations et à son côté "vivant".

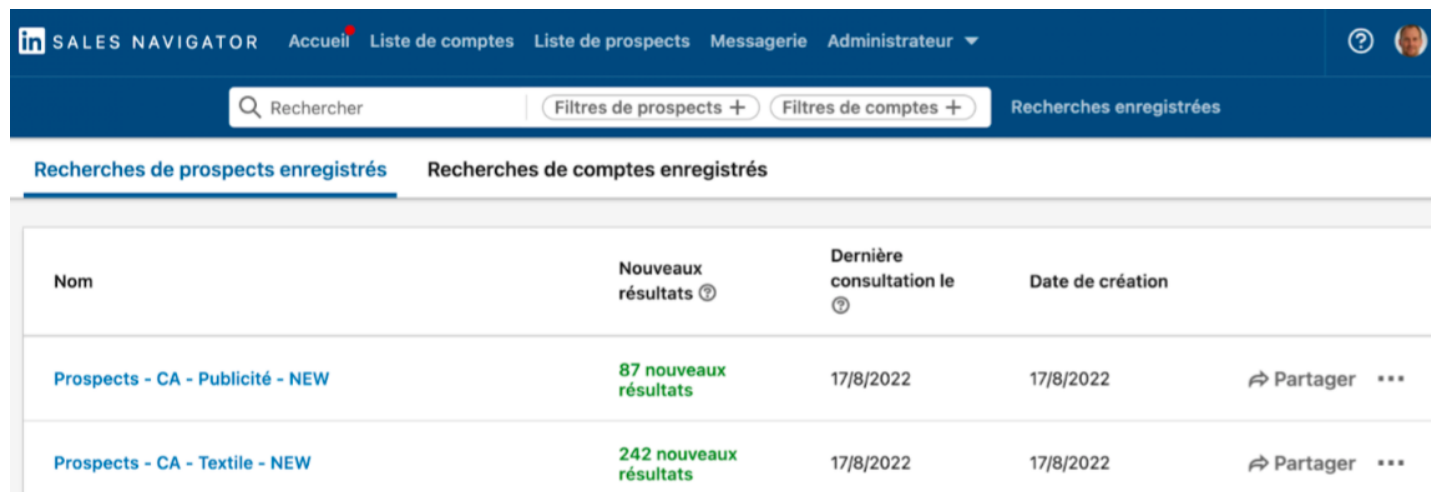
Sales Navigator est capable d'en faire profiter un maximum ses utilisateurs en leur offrant la possibilité de garder un œil attentif à l'activité des profils et entreprises de leurs listes.

Ainsi, les actualités des prospects et comptes enregistrés apparaissent dans le "feed" de LinkedIn Sales Navigator ; un moyen très efficace de contacter son prospect au bon moment, selon la publication d'un post, un like, un partage ou un commentaire. Il est possible de réagir directement via le fil d'actualité de Sales Navigator, comme on le ferait sur un profil LinkedIn.

Par ailleurs, pour que les recherches restent le plus à jour possible, et ce, de façon continue, l'outil met à disposition des alertes pour chaque recherche afin d'indiquer les nouveaux profils/comptes qui correspondent à la requête (nouveaux inscrits sur LinkedIn, personnes ayant mis à jour leurs profils) ou les changements faisant sortir certains membres enregistrés des critères de sélection (changement de poste).

Pour obtenir ces informations, rien de plus simple :

- se rendre sur les recherches enregistrées ;
- au niveau de chaque ligne associée à une recherche, différents champs apparaissent dont “Nouveaux résultats”. Cliquer sur ce champ afin d’obtenir une liste de résultats concordants aux critères de recherche de cette liste : il reste à sélectionner les profils / entreprises souhaités pour les ajouter à la liste.



| Recherches de prospects enregistrés |                        |                            |                  |              |
|-------------------------------------|------------------------|----------------------------|------------------|--------------|
| Nom                                 | Nouveaux résultats ⓘ   | Dernière consultation le ⓘ | Date de création |              |
| Prospects - CA - Publicité - NEW    | 87 nouveaux résultats  | 17/8/2022                  | 17/8/2022        | Partager ... |
| Prospects - CA - Textile - NEW      | 242 nouveaux résultats | 17/8/2022                  | 17/8/2022        | Partager ... |

**À savoir :** la “Fréquence d’alerte” qu’il est demandé de renseigner à chaque création de liste, définira le rythme d’apparition des alertes.

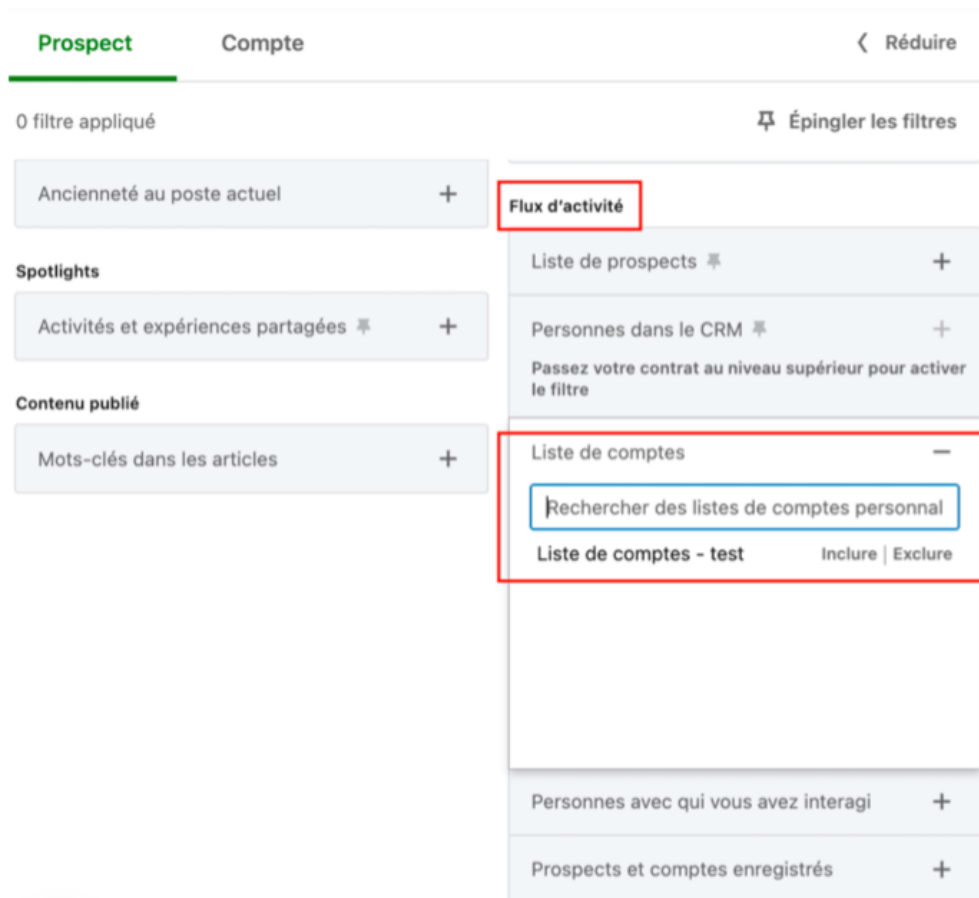


### 3 - Créer une liste de prospects à partir d'une liste de comptes

Les listes de comptes (listes d'entreprises) peuvent être utiles pour trouver des prospects spécifiques, au sein d'entreprises que l'on souhaite cibler.

Pour cela, une fois une liste de comptes créée, il faudra :

- retourner sur l'onglet "Filtres de prospects" (en haut de la page à droite de la barre de recherche) ;
- au niveau des champs de gauche (en bas de la colonne des filtres), aller à la section « Flux d'activité », aller dans le filtre "Liste de comptes" et sélectionner la liste de comptes en question.



Tous les profils associés aux entreprises de la liste des comptes seront alors listés ; de là, il ne restera plus qu'à affiner davantage ces résultats obtenus grâce aux différents filtres (fonction, titre, etc.) et obtenir ainsi les prospects cibles.

## 4 - Supprimer la concurrence de ses listes de prospects

Lorsque l'on effectue des recherches de prospects sur LinkedIn Sales Navigator, il est parfois possible que des concurrents apparaissent dans la liste.

Ils peuvent être retirés "manuellement" en évitant simplement de les sélectionner lorsque l'on enregistre la liste. Cependant, ce travail peut se révéler fastidieux et quelque peu aléatoire ; c'est pourquoi il peut être préférable de se tourner vers une méthode plus sûre et plus globale.

Voici les étapes à suivre :

- créer une liste de prospects ou de comptes des concurrents ;
- nommer la liste (par exemple "Liste de concurrents") et enregistrer ;
- puis dans les futures recherches de prospects, il faudra alors penser à se rendre dans la section "Flux d'activité", puis dans le filtre "Liste de prospects" ou "Liste de comptes" et de sélectionner la liste de concurrents en n'oubliant pas de cliquer sur "exclure" afin de la retirer des recherches.

The screenshot shows the LinkedIn Sales Navigator interface with the 'Prospect' tab selected. The left sidebar contains filters for 'Ancienneté au poste actuel', 'Spotlights' (with 'Activités et expériences partagées'), and 'Contenu publié' (with 'Mots-clés dans les articles'). The right sidebar, titled 'Flux d'activité', shows a list of filters. The 'Liste de comptes' filter is expanded, displaying a search bar with the text 'Rechercher des listes de comptes personnel'. Below the search bar, two filters are listed: 'Liste de comptes - test' and 'Liste de concurrents - test'. The 'Liste de concurrents - test' filter is highlighted with a red box, and its 'Inclure' button is visible. Other filters in the list include 'Liste de prospects', 'Personnes dans le CRM', 'Personnes avec qui vous avez interagi', and 'Prospects et comptes enregistrés'.

# Conclusion

Les listes créées (et mises à jour régulièrement !), on peut passer à la prise de contact !

Ce travail est largement facilité par le système d'alerte qui permet une approche très personnalisée, au plus proche de l'actualité / des problématiques de la cible.

L'interaction simple via les likes, commentaires, partages est un premier pas qui pourra conduire à des résultats probants.

Son association à l'utilisation de messages LinkedIn (pour les prospects de 1er niveau) et InMails via la messagerie de Sales Navigator (pour les prospects de 2e et 3e niveaux), garantira génération de leads et conversions à coup sûr !

Et pour des campagnes ultra-ciblées sur LinkedIn Ads, ces listes seront également des alliées de taille. En quelques clics, il est en effet possible de les indiquer comme audience de sa campagne.

Pour cela, lors de la configuration de sa campagne LinkedIn Ads, à l'étape du choix de l'audience, il suffira de cliquer sur "Chargement de la liste", puis de télécharger la liste en question.

## Qui est votre audience cible ?

Commencez à développer votre audience en recherchant certaines caractéristiques des professionnels que vous souhaitez atteindre

Fermer

Rechercher

En savoir plus sur Matched Audiences

|                                                                                                                                                              |                                                                                      |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------|
| <div><div>Audiences</div><div>Utilisez vos données pour recibler les visiteurs sur votre site web ou attirer des contacts et des comptes connus.</div></div> | <div>Audience similaire</div> <div>Chargement de la liste</div> <div>Reciblage</div> |
| <div><div>Attributs de l'audience</div><div>Ajoutez des critères de ciblage comme une fonction, un secteur ou des compétences.</div></div>                   | <div>Tiers</div> <div>Autres</div>                                                   |

Si LinkedIn Ads conseille des listes de 10 000 contacts minimum, il est tout de même possible d'en télécharger avec 300 lignes minimum.

Vous avez désormais en main tout ce qu'il faut pour tirer le meilleur parti de cet outil de prospection B2B incroyable qu'est LinkedIn Sales Navigator !



## Prêt à vous lancer ?

Si vous souhaitez être accompagné  
dans votre prospection sur  
LinkedIn Sales Navigator, et/ou accompagné vos  
équipes dans la prise en main pas à pas de ce levier,  
contactez **Enablers.io** !

Ça m'intéresse

Coordonnées : [infos@enablers.io](mailto:infos@enablers.io) / 01 83 62 55 08