

LinkedIn dévoile des nouveautés basées sur l'IA (qui pourraient être utiles pour votre startup)

Maddyness était à New York pour assister à la présentation des nouveautés de LinkedIn, propriété de Microsoft, et rencontrer le CPO Tomer Cohen.

Temps de lecture : minute

13 juin 2024

Différents membres des équipes de LinkedIn, notamment produit, se sont succédé face à un parterre de journalistes et créateurs de contenu réunis dans les bureaux new-yorkais de l'entreprise. Ils ont dévoilé ce mercredi 12 juin les nouvelles fonctionnalités de la plateforme. La firme américaine, qui revendique 30 millions de membres en France, se construit avec l'IA « *depuis 2007* » et continue naturellement d'injecter cette technologie dans ses nouveaux produits... tout en gardant finalement le même objectif.

« *LinkedIn a pour vocation de mettre en relation des professionnels, qu'il s'agisse de personnes qui essaient de créer un réseau, qu'il s'agisse d'une personne à la recherche d'un emploi intéressant ou d'une autre qui cherche à recruter un talent, qu'il s'agisse d'acheteurs et de vendeurs...* », appuie son CPO, Tomer Cohen.

Des invitations à suivre votre page entreprise automatisées et ciblées

L'un des produits présentés ce mercredi, la *premium company page*, va dans ce sens et s'adresse tout particulièrement aux petites entreprises,

pour 99,99 dollars par mois hors taxes. Sa fonctionnalité phare ? La possibilité d'ajouter à votre page LinkedIn un bouton d'appel à l'action à personnaliser. Renommé par exemple "visiter le site web" ou "prendre rendez-vous", ce bouton apparaît en-dessous du nom de votre entreprise, en haut de votre page et dans les résultats de recherche. Pour « *construire votre crédibilité* », comme le propose la plateforme, il est possible d'afficher au même endroit les récompenses et certifications reçues par votre société.

Cette version premium de la page entreprise, qui devrait être disponible dans le monde entier fin juillet, permet également de savoir qui a visité votre page, ce qui peut vous donner des idées sur des potentiels talents ou prospects à contacter. A ce même effet, vous aurez la possibilité d'automatiser l'envoi d'invitations à suivre votre page entreprise aux comptes personnels qui auront interagi avec vous (en commentant un post par exemple) ou avec des pages similaires. Enfin, l'IA générative peut épauler les administrateurs de ces *premium company pages* pour rédiger des posts « *bien articulés* ».

Une campagne publicitaire conçue par l'IA en moins de 5 minutes

Cette semaine, LinkedIn annonce également lancer à l'international *Accelerate*, une offre de conception de campagne publicitaire « *en moins de 5 minutes* », qui s'appuie sur l'IA. Concrètement - nous avons pu le constater lors d'une démonstration -, à partir de l'URL de votre produit, la plateforme est capable de vous proposer une campagne entière, avec des visuels, une recommandation du budget à engager et des prévisions de résultats. Tout peut ensuite être personnalisé en conversant avec un chatbot reposant sur l'IA, le visuel pouvant même être retouché à la main en passant sur Microsoft Designer. « *Vous êtes aux commandes, résume pour nous Tomer Cohen. LinkedIn crée automatiquement tout ce qui*

devrait prendre des heures ou des jours puis vous pouvez tout revoir, tout modifier. Et les résultats sont enthousiasmants : nous constatons une augmentation de 47 % du retour sur investissement pour les spécialistes du marketing qui utilisent Accelerate », se félicite le CPO.

Un agent conversationnel pour trouver le bon talent

Le produit *Recruiter 2024*, récemment réimaginé par LinkedIn, a également retenu notre attention. La promesse : trouver la bonne personne à recruter en conversant avec l'IA. Ainsi, vous pourriez lui demander "trouve-moi un *senior growth marketing leader* à Paris qui a travaillé dans des startups à forte croissance". « *Cela vous permet d'économiser énormément de temps* », assure Tomer Cohen, avant de nous souffler un autre cas d'usage. « *Au lieu d'avoir à faire de nombreuses requêtes, parfois complexes, tout ce dont j'ai besoin, c'est de savoir qu'un des membres de mon équipe est génial et je peux écrire 'je cherche le même type de profil que cette personne'* », explique-t-il.

Là encore, l'IA aide à la mise en relation. « *Pour contacter quelqu'un que vous souhaitez recruter, vous avez besoin de savoir ce qui lui tient à cœur*, fait remarquer le CPO. *Aujourd'hui, nous vous aidons à élaborer le bon message à envoyer, en nous basant notamment sur ce que nous savons de ce talent et ce que nous savons sur votre entreprise.* » Lorsque cette fonctionnalité, pour l'instant uniquement disponible en anglais, est utilisée, la plateforme constate une augmentation de 40% de l'acceptation des messages.

Côté chercheurs d'emplois, de la même façon, il sera possible de demander à LinkedIn "trouve-moi un emploi de développeur basé à Lyon avec un salaire minimum de 40 000 euros annuels". Les utilisateurs de la plateforme pourront également s'appuyer sur un outil d'aide à la création de CV et à la rédaction de lettres de motivation. LinkedIn investit aussi

beaucoup sur son offre Learning, dans laquelle « *il est désormais possible de bénéficier d'un tutorat personnalisé grâce à l'IA* », se réjouit Tomer Cohen.



À lire aussi

Les 10 entreprises tech offrant les meilleures perspectives de carrière en France, selon LinkedIn



MADDYNEWS

La newsletter qu'il vous faut pour ne rien rater de l'actualité des startups françaises !

JE M'INSCRIS

Article écrit par Laurie Mandin