

## LinkedIn France crée une équipe commerciale interne dédiée à ses « Solutions Marketing »

**Paris - 30 janvier 2012** - [LinkedIn](#), premier réseau professionnel qui compte plus de 135 millions de membres dans le monde, annonce l'expansion de son équipe française avec l'internalisation de la commercialisation de ses « solutions marketing ». La particularité de cette offre réside dans le fait de pouvoir cibler une audience dans un contexte professionnel, tout en proposant des solutions à fort impact pour les annonceurs (<http://marketing.linkedin.com>). Cette nouvelle force commerciale a pour objectif de proposer une approche du marché publicitaire nouvelle et spécifique aux réseaux sociaux professionnels.

D'après Joshua Graff, Directeur Marketing Solutions EMEA : « Avec plus de 3 millions de membres et une forte croissance au cours de ces derniers mois, la France représente un marché important en Europe. Nous souhaitons proposer aux annonceurs français la possibilité de pouvoir toucher simplement et efficacement des dirigeants ou des décideurs dans un environnement professionnel. Nous permettons d'atteindre une des audiences les plus influentes du web. »

### **Une équipe d'experts en réseaux sociaux pour une nouvelle approche du marché publicitaire**

Une équipe de consultants est mise au service des annonceurs en France afin de les aider à appréhender leur stratégie sociale. Cette équipe est dirigée par Prune Nouvion, qui rejoint LinkedIn après 8 ans passés au sein de Google France où elle occupait le poste de «Sales Head YouTube & Display».

Outre le fait de proposer des produits spécifiques à LinkedIn, ces consultants auront également un rôle de conseil auprès des annonceurs pour les aider à optimiser l'impact et la pertinence de leur présence sur le réseau social.

### **Une audience ciblée dans un contexte professionnel**

Fort de plus de 3 millions de membres en France et de 135 millions dans le monde, LinkedIn se différencie par son contexte exclusivement professionnel. Les consommateurs préfèrent en effet séparer vie privée et professionnelle : 81 % des utilisateurs de LinkedIn interrogés préfèrent séparer leurs réseaux sociaux personnels et professionnels. LinkedIn s'impose ainsi comme leur véritable carte d'identité professionnelle.

L'autre spécificité de LinkedIn réside dans la qualité de son audience : LinkedIn est le réseau social qui compte le plus de décideurs, de personnes à revenu élevé et de diplômés universitaires (tous réseaux sociaux confondus).

## INFORMATION PRESSE

C'est dans cet environnement professionnel que LinkedIn offre la possibilité aux annonceurs de cibler précisément leur audience.

### **Une offre de produits complète, des plus traditionnels jusqu'aux opportunités sociales spécifiques à LinkedIn**

LinkedIn propose des solutions pour un large éventail de stratégies de marketing : de la sensibilisation à la conversion.

L'offre de LinkedIn comprend aussi bien des produits «classiques » tels que des liens sponsorisés et des campagnes d'affichage (display) que des « solutions marketing » qui sont des opportunités sociales proposées exclusivement par LinkedIn.

Parmi les produits des « solutions marketing » 100% sociaux et nouveaux sur le marché sont, entre autres, proposés :

- Les pages entreprises : les annonceurs peuvent cibler des personnes qui deviennent ambassadeurs de leurs pages entreprises. LinkedIn compte plus de 2 millions de pages d'entreprise.
- Les groupes : pour créer des groupes de clients ou de « followers ». Ils peuvent ainsi engager des discussions sur le long terme via les groupes. LinkedIn compte plus d'un million de groupes, dont plusieurs milliers sont personnalisés.
- Parrainage de contenu
- Sondages
- Messages de partenaires : pour envoyer des messages ciblés à des segments d'audience spécifiques.

Par ailleurs, LinkedIn propose également des nouveaux services de reporting pour les campagnes qui permettent de documenter et d'optimiser les stratégies marketing (par exemple : informations sur l'impact d'une publicité sur des segments spécifiques de l'audience).

D'après Prune Nouvion, Responsable des "Solutions Marketing" chez LinkedIn France : « Nous souhaitons apporter au marché français des solutions innovantes à fort impact basée sur un ciblage précis et pertinent. La confiance accordée par les membres de LinkedIn à notre réseau est un atout de taille pour les annonceurs pour être entendus. »

Les annonceurs français qui ont déjà lancé des campagnes internationales sur LinkedIn confirment ces ambitions. Ainsi, pour Xavier Monty chez Dassault Systèmes : « Les solutions marketing de LinkedIn permettent de générer des leads de qualité avec un coût nettement inférieur par rapport aux autres tactiques marketing plus traditionnelles. » Ou pour Sébastien Imbert chez Microsoft : « La qualité des profils sur LinkedIn est aujourd'hui indiscutable dans l'univers des dispositifs marketing BtoB. »



**INFORMATION PRESSE**

**Contact presse**

**Edelman pour LinkedIn**

Mélanie Chocat

01 56 69 75 61

[melanie.chocat@edelman.com](mailto:melanie.chocat@edelman.com)

**À propos de LinkedIn**

Créé en 2003, LinkedIn connecte les professionnels du monde entier et leur donne des moyens d'être plus productifs et de saisir de nouvelles opportunités. Avec plus de 135 millions d'inscrits à travers le monde, dont des cadres supérieurs de chaque entreprise du Fortune 500, LinkedIn est le plus grand réseau professionnel mondial sur Internet. L'entreprise a des sources de revenus diversifiées provenant des abonnements de ses membres, des solutions marketing et des solutions recrutement. Le siège de LinkedIn est situé dans la Silicon Valley. L'entreprise est présente dans 22 pays à travers le globe.