

# **ABM 3.0 : L'Intelligence Artificielle Révolutionne le Marketing B2B**

**Webinar du 10 décembre 2025**

**Découvrez comment l'IA transforme radicalement  
les stratégies d'Account-Based Marketing !**



avant toute chose ...  
téléchargez le dernier MAG B2B !

**01**

## Dossier thématique

**ABM 3.0 : L'Intelligence Artificielle Révolutionne le Marketing B2B Ultra-Personnalisé**



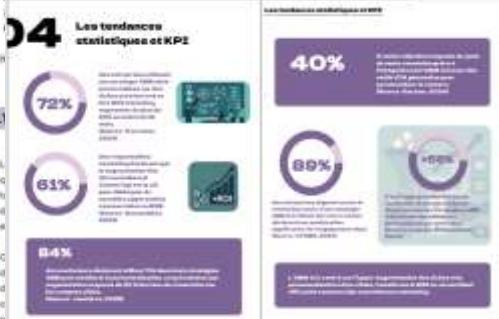
**Dossier thématique**

### ABM 3.0 : L'Intelligence Artificielle Révolutionne le Marketing B2B Ultra-Personnalisé

Dans cette nouvelle édition du mag, nous analysons l'impact de l'IA sur la stratégie marketing et en particulier l'essor d'une nouvelle forme d'Account Based Marketing que nous avons baptisé "ABM 3.0".

1. L'évolution du marketing de masse à l'ère digitale
2. L'ABM 3.0 : Quand l'IA Démultiplie la Personnalisation
3. CRM de Cléage Hyper-Personnalisé : De la Beta à l'Insight
4. L'IA Charles au Service de l'Hyper-Personnalisation
5. L'Orchestration Multicanal Intelligent : Toucher au Bon Moment, par le Bon Canal

**04** Les tendances statistiques et KPI



72% : Les entreprises utilisent l'IA pour améliorer la précision et la rapidité de leur analyse de données et de leur prise de décision.

61% : Les entreprises utilisent l'IA pour optimiser leur marketing et leur vente en temps réel.

40% : Les entreprises utilisent l'IA pour améliorer la précision et la rapidité de leur analyse de données et de leur prise de décision.

89% : Les entreprises utilisent l'IA pour optimiser leur marketing et leur vente en temps réel.

ISSUE #76  
OCTOBRE 2025

# MAG B2B



MAG B2B : Le magazine B2B pour dépasser l'ordinaire

### ABM 3.0 : QUAND L'INTELLIGENCE ARTIFICIELLE RÉVOLUTIONNE LE MARKETING B2B

BEST PRACTICES MARKETING | CAS D'USAGES | AVIS D'EXPERTS | ÉVÉNEMENTS | KPI

en collaboration avec



Bruno Delattre  
Référencement, consulting et  
communication B2B

<https://lp.getquanty.com/mag-btob-octobre-2025/>

# Faisons les présentations.



**Xavier Paulik**

*CEO & cofondateur*

**GetQuanty**

*[xp@getquanty.com](mailto:xp@getquanty.com)*



## LEADER DES OUTILS D'AIDE A LA PROSPECTION B2B



START-UP  
Française

1000  
Clients  
TPE PME Grands Comptes



RGPD  
compliant



SIÈGE  
SOCIAL  
Paris

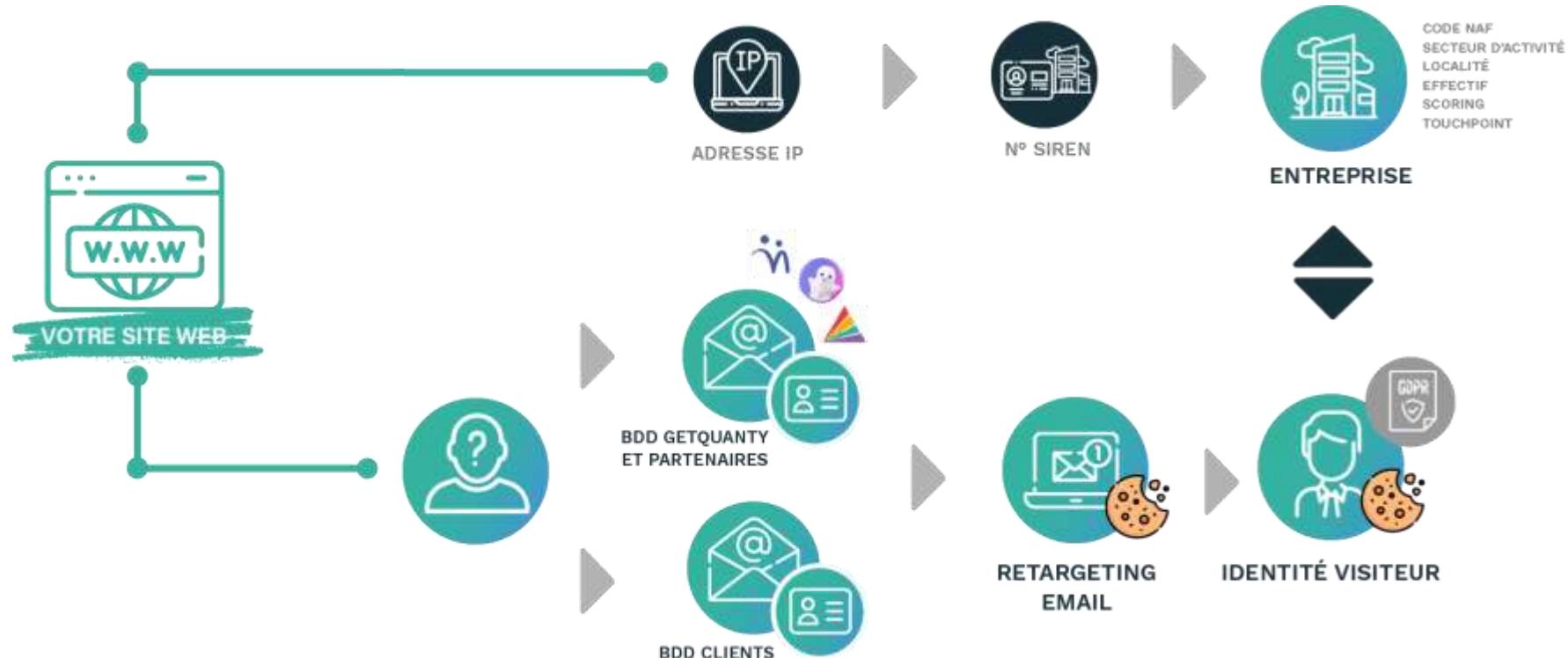


20  
Collaborateurs

TECHNOLOGIE  
PROPRIÉTAIRE  
plébiscitée par Google

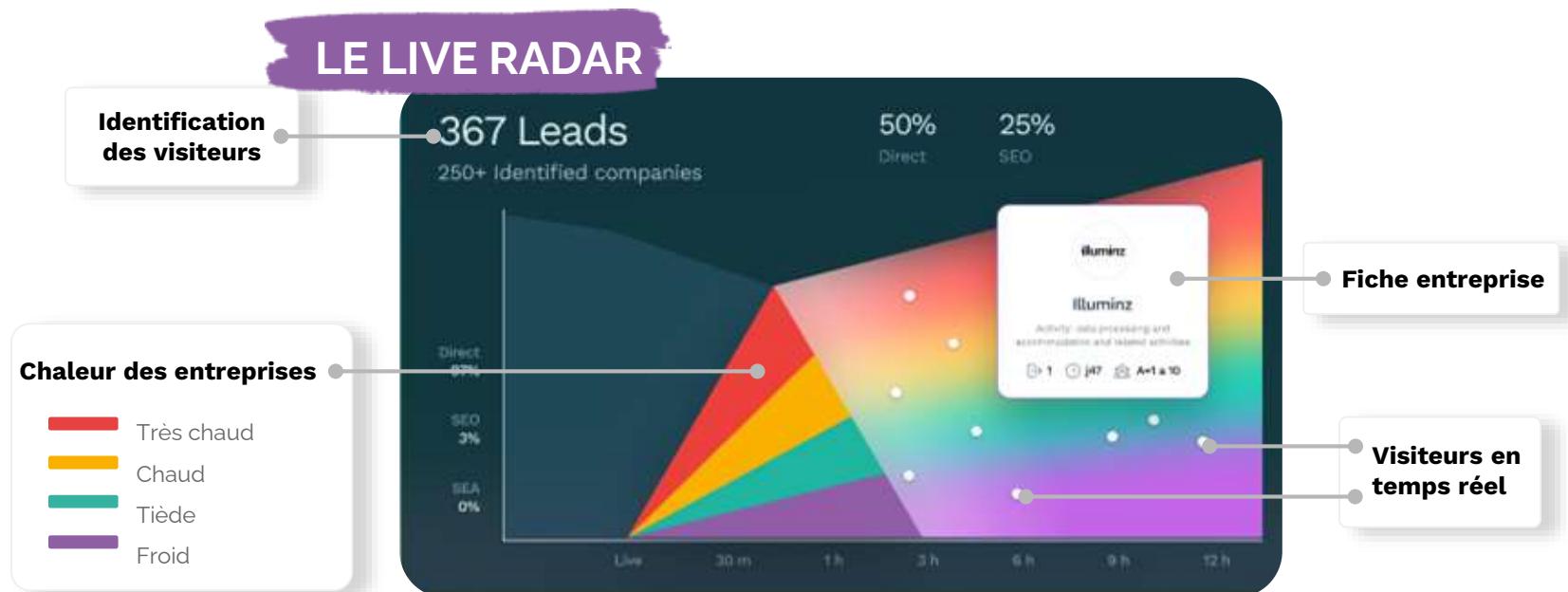


# Nous IDENTIFIONS vos visiteurs BTOB Anonymes



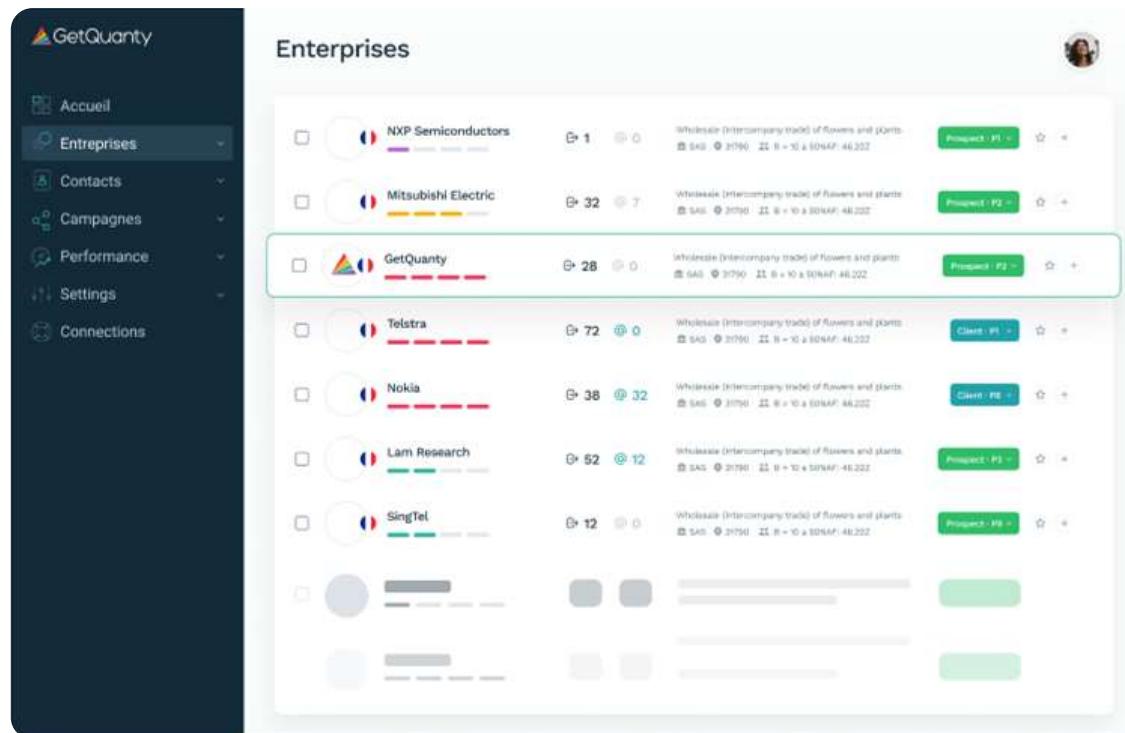
400 millions de pages auditées / an sur 1000 sites B2B - 600k entreprises identifiées / an

Puis notre INTELLIGENCE ARTIFICIELLE classe et détecte les MEILLEURES ENTREPRISES pour VOUS..



et génère dans votre CRM un **FLUX CONTINU DE LEADS** à recontacter (MQL)

Vous êtes vous déjà demandé si les visiteurs de votre site internet sont bien des entreprises ? vos clients ? vos concurrents ? dans vos cibles?



The screenshot shows the GetQuenty software interface. On the left is a dark sidebar with a navigation menu: Accueil, Entreprises (selected), Contacts, Campagnes, Performance, Settings, and Connections. The main area is titled 'Enterprises' and displays a list of companies with their details and status indicators. The companies listed are:

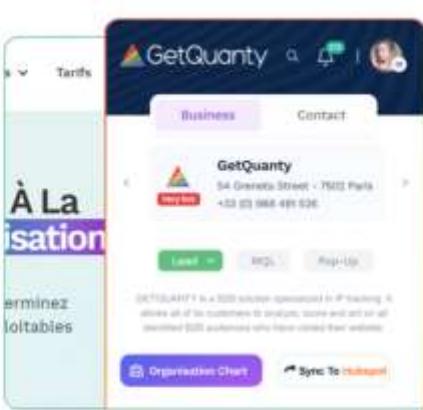
| Company             | Score | Visitors | Description  | Status        |
|---------------------|-------|----------|--|---------------|
| NXP Semiconductors  | 1     | 0        | Wholesale (Intercompany trade) of flowers and plants<br>SAS 21790 11 8 x 10 à 50NAF/46.222 | Prospect / P1 |
| Mitsubishi Electric | 32    | 7        | Wholesale (Intercompany trade) of flowers and plants<br>SAS 21790 11 8 x 10 à 50NAF/46.222 | Prospect / P2 |
| GetQuenty           | 28    | 0        | Wholesale (Intercompany trade) of flowers and plants<br>SAS 21790 11 8 x 10 à 50NAF/46.222 | Prospect / P3 |
| Telstra             | 72    | 0        | Wholesale (Intercompany trade) of flowers and plants<br>SAS 21790 11 8 x 10 à 50NAF/46.222 | Client / P4   |
| Nokia               | 38    | 32       | Wholesale (Intercompany trade) of flowers and plants<br>SAS 21790 11 8 x 10 à 50NAF/46.222 | Client / P5   |
| Lam Research        | 52    | 12       | Wholesale (Intercompany trade) of flowers and plants<br>SAS 21790 11 8 x 10 à 50NAF/46.222 | Prospect / P6 |
| SingTel             | 12    | 0        | Wholesale (Intercompany trade) of flowers and plants<br>SAS 21790 11 8 x 10 à 50NAF/46.222 | Prospect / P7 |
| ...                 | ...   | ...      | ...  | ...           |

avec un puissant **assistant IA de prospection** pour vos sales

## Révolutionnez Votre Prospection B2B

L'extension **ClieSight** by Getquanty vous permet de retrouver en un clic l'ensemble des informations des sociétés et des contacts depuis un site internet, votre CRM ou encore LinkedIn.

[Télécharger l'extension](#)  [Découvrir en vidéo](#) 



L'extension **ClieSight**, la solution pour engager vos prospects au **bon moment** et depuis **n'importe où** sur le web

L'extension GetQuanty s'intègre à tous vos outils de prospection (CRM, Réseaux professionnels) et vous révèle en temps réel l'évolution de vos prospects et les meilleurs insights commerciaux.

A [télécharger](#) dès maintenant sur le **ChromeStore** !

**7 jours d'utilisation gratuite**

Activation sur :  
<https://eqy.link/growth>

## Au Programme

- **de l'ABM 1.0 à l'ABM 3.0**
- **Les 3 leviers majeurs de l'IA pour l'ABM**
- **L'écosystème technologique**
- **Cas pratiques et réussites**
- **Les défis de l'ABM 3.0**

- 1 -

## De l'ABM 1.0 à l'ABM 3.0



# L'Épuisement du Marketing de Masse..

**2%**

**120**

**47%**

**6.8**

Taux de clic

Emails par semaine

Bloqueurs de pub

Décideurs impliqués

Performance des emails  
marketing généralistes

Saturation des décideurs  
B2B

Adoption par les  
professionnels

Complexité des cycles  
d'achat B2B

Le marketing B2B traverse une crise de performance sans précédent. Les campagnes de masse affichent des taux de conversion en chute libre, tandis que les coûts d'acquisition explosent. Cette érosion s'explique par la saturation informationnelle, l'adoption massive des bloqueurs de publicité, et l'évolution des comportements d'achat.

# L'ABM : une approche indispensable

**Passer du marketing de masse au marketing de précision**

## Marketing de masse

Pêche au filet : on ratisse large en espérant attraper quelques poissons. Beaucoup d'efforts, peu de résultats qualifiés.

## Account-Based Marketing

Pêche à la ligne : on identifie les meilleurs comptes et on concentre toutes les ressources pour les convertir.



# Les Trois Piliers de l'ABM



## Focus sur une liste de comptes ciblés

Définir son ICP et identifier les 50-500 comptes à fort potentiel plutôt que des milliers de leads froids



## Personnalisation poussée

Contenus, messages et offres adaptés au contexte spécifique de chaque compte et de chaque décideur



## Expérience client au centre

Orchestration multicanale cohérente : le prospect reçoit le bon message, au bon moment, sur le bon canal



✓ ROI de l'ABM : Les entreprises B2B utilisant l'ABM constatent en moyenne +208% de revenus attribués au marketing (source: Terminus)



# Mais l'ABM traditionnel reste imparfait

Des freins majeurs limitent son adoption par les PME et ETI

## Chronophage

La recherche manuelle sur chaque compte, la personnalisation des contenus et le suivi individuel demandent des heures de travail quotidien.

## Coûts rapidement importants

Outils spécialisés coûteux (6sense, Demandbase = 50k€+/an), équipes dédiées, production de contenus sur-mesure... Budget hors de portée des PME.

## Signaux rares et difficiles à interpréter

Identifier le bon timing pour engager un compte nécessite de collecter et croiser des données d'intention souvent fragmentées ou obsolètes.

# Le Résultat : L'ABM reste réservé aux grands comptes

En pratique, seules les entreprises avec des ressources importantes peuvent déployer une vraie stratégie ABM. Les PME/ETI sont condamnées à faire du "ABM light" inefficace.

**87%**

PME sans ressources

des PME n'ont pas les ressources pour  
l'ABM

**6**

Mois d'attente

délai moyen avant premiers résultats



"L'ABM sans IA, c'est comme vouloir faire du sur-mesure à la main dans un monde qui exige l'industrialisation."



# L'IA met l'ABM à la portée de tous !

L'Account-Based Marketing 3.0 brise les contraintes de l'ABM traditionnel grâce à l'intelligence artificielle. Les algorithmes de machine learning analysent des milliers de points de données pour segmenter automatiquement les prospects en personas ultra-précis, puis génèrent des contenus personnalisés à grande échelle.

## IA Prédictive

Analyse des patterns comportementaux, signaux d'intention d'achat et données firmographiques pour identifier les comptes les plus prometteurs en temps réel

## IA Générative

Production automatique de contenus adaptés à chaque persona - emails, landing pages, études de cas - en conservant la cohérence de marque

## Orchestration Automatisée par agents IA

Coordination intelligente des touchpoints multicanaux, ajustant timing, fréquence et canal selon les réactions de chaque prospect

## Les 3 leviers stratégiques activés par l'IA pour l'ABM :

**Ciblage , Personnalisation, Orchestration**

# Ciblage par IA prédictive : De la Data à l'Insight

## Approche Traditionnelle

- Critères démographiques statiques
- Segmentation par secteur et
- ~~profil~~ client idéal généraliste
- Données internes limitées

## ABM 3.0 avec IA

- Analyse comportementale dynamique
- Signaux d'intention en temps
- Micro-personas ultra-spécifiques
- Intégration de données externes

L'IA révolutionne la définition des cibles en analysant l'historique des interactions, les pages visitées, les contenus téléchargés et les signaux d'intention externes. Elle détecte les "moments d'intention" - ces fenêtres temporelles où un prospect montre des signaux d'achat avec une probabilité de conversion de 73% dans les 30 jours suivants.





# Hyper-Personnalisation par l'IA générative

L'IA générative crée des contenus sur-mesure à une échelle industrielle, adaptant le fond, la forme, le ton et les arguments selon le profil psychographique et les enjeux spécifiques de chaque persona.

## Analyse du Style

L'IA identifie le style de communication privilégié : données chiffrées pour les directeurs financiers, spécifications techniques pour les directeurs techniques, témoignages pour les DRH

## Arguments Sectoriels

Adaptation automatique des arguments aux priorités sectorielles : conformité réglementaire pour la banque, optimisation des coûts pour l'industrie, expérience patient pour la santé

## Formats Multiples

Génération automatique de formats variés : démonstrations vidéo pour les techniques, infographies pour les financiers, guides pratiques pour les utilisateurs finaux

# Orchestration Multicanale par l'agentique

## Email Personnalisé

Messages adaptés au profil et au comportement du prospect

## Visite Commerciale

Rencontre physique pour les comptes stratégiques



## Appel

Téléphonique au moment optimal identifié par l'IA

## Message LinkedIn

Engagement sur le réseau social professionnel privilégié

## Invitation Événement

Participation à des webinars ou événements ciblés

L'ABM 3.0 optimise les parcours de contact grâce à l'orchestration automatisée multicanale.

L'IA détermine pour chaque prospect la séquence optimale de touchpoints, en s'appuyant sur l'analyse comportementale en temps réel et en coordonnant les actions entre marketing et ventes.

## L'écosystème technologique

- **quels outils activer**
- **démo et retours d'expérience**

# Ciblage par IA prédictive : Les outils de l'ABM 3.0

| Brique Technologique       | Rôle Clé dans l'ABM 3.0   | Exemples de solutions   |
|----------------------------|---|---|
| IP Tracking & Scoring B2B  | Le « Cerveau Analytique » de l'ABM 3.0. Il assure le tracking comportemental avancé, le scoring d'intention en temps réel, et la cartographie d'influence complète des comptes. | GetQuanty, Dealfront, Clearbit, Expandi                             |
| Ciblage Firmographique B2B | Solution d'interrogation multi-critères de bases de données B2B prospection intégrant des sources officielles vérifiées avec des capacités de recherche sémantique.             | Kompass (K-Sales), Nomination, Sparklane, ZoomInfo, SocieteInfo.com |
| Enrichissement B2B         | Solutions fournissant ou interrogeant et agrégeant de multiples données tierces, des actualités sectorielles et des informations firmographiques actualisées.                   | GetQuanty, ClicSight, Zenbaia, Clay, Apollo, Cognism, dropcontact   |

# Personnalisation IA générative : Les outils ABM 3.0

| Brique Technologique                                  | Rôle Clé dans l'ABM 3.0   | Exemples de solutions                               |
|---|---|---|
| Assistants IA spécialisés dans la rédaction marketing | Plateforme proposant des assistants IA spécialisés optimisés pour générer des contenus marketing hyper-ciblés. C'est la solution pour démultiplier les contenus : elle adapte automatiquement le fond, le ton et les arguments.       | GetQuenty, ClicSight, Zenbaia, Sintra, plug-ins     |
| LLMs (Large Language Models) et RAG                   | Les modèles de langage avancés sont utilisés par les agents pour décliner un même message commercial en centaines de variantes pertinentes. En les combinant avec des systèmes RAG ils permettent de générer des réponses cohérentes. | ChatGPT, Gemini, Claude, Mistral, Gamma, NotebookLM |

# Orchestration par agents IA : Les outils ABM 3.0

| Brique Technologique                     | Rôle Clé dans l'ABM 3.0  | Exemples de solutions   |
|--|--|---|
| Assistant de prospection commerciale B2B | Un véritable agent IA personnel pour les commerciaux et SDR B2B. L'agent analyse, organise et priorise les listes de prospection, suggère des prospects similaires, analyse le profil individuel de chaque prospect.     | ClicSight, Zenbaia, AskDonna.ai, Limova.ai, Salesape.ai                             |
| Campagnes multicanales automatisées      | Ces plateformes exécutent des séquences et des touchpoints multicanaux (email, pop-ups, retargeting) en s'appuyant sur l'intelligence comportementale fournie par l'IA. Elles gèrent le timing optimal des interactions. | GetQunty, HubSpot, PipeDrive, Magileads, Waalaxy, HumanLinker, Lemlist, N8N, Zapier |



# Démonstration

Un dispositif ABM 3.0 de bout en bout



## Ciblage

K-Sales pour la recherche augmentée par IA

MyClicsight pour la recherche full IA

## Priorisation et Personnalisation

GetQuanty pour la détection d'intérêt, le scoring, la découverte des décideurs et la relance ciblée par IA

+assistants Zenbaïa pour l'analyse des persona et l'adaptation des contenus aux cibles

## Prise de contact

GetQuanty pour les interactions automatisées (bot, popup)

Clicsight pour la rédaction de messages personnalisés par IA

# CAS CLIENT FLEET SERVICES

## TEAMWORK X SAP – CP FOOD

### OBJECTIF

Lancement d'une offre SAP sur le marché de l'agroalimentaire par un intégrateur SAP.

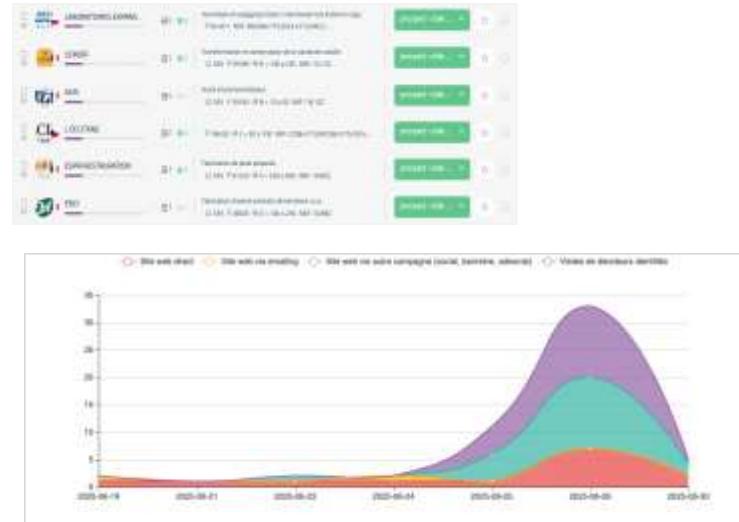
- CRÉATION D'UNE BASE DE 309 COMPTES D'UNE LANDING PAGE ET DE 6 CAHIERS TECHNIQUES
- PROMOTION LINKEDIN & EMAILING
- REQUALIFICATION DES COMPTES LES PLUS ENGAGÉS
- PROSPECTIONS DES COMPTES ENGAGÉS
- PROMOTION PAR LE BIAIS DE RÉGIES PUBLICITAIRES SPÉCIALISÉES SUR L'AGRO
- RAPPEL DES COMPTES EN RELANCE ET DES COMPTES RÉENGAGÉS
- IMPRESSION DES 2 ASSETS LES PLUS PERFORMANTS ET ENVOI PAR COURRIER À 150 CONTACTS CLÉS SUR LES 75 COMPTES LES PLUS ENGAGÉS
- RAPPEL DES COMPTES EN RELANCES ET DES COMPTES RÉENGAGÉS

### Concept

Conception d'assets verticalisés au secteur de l'agroalimentaire

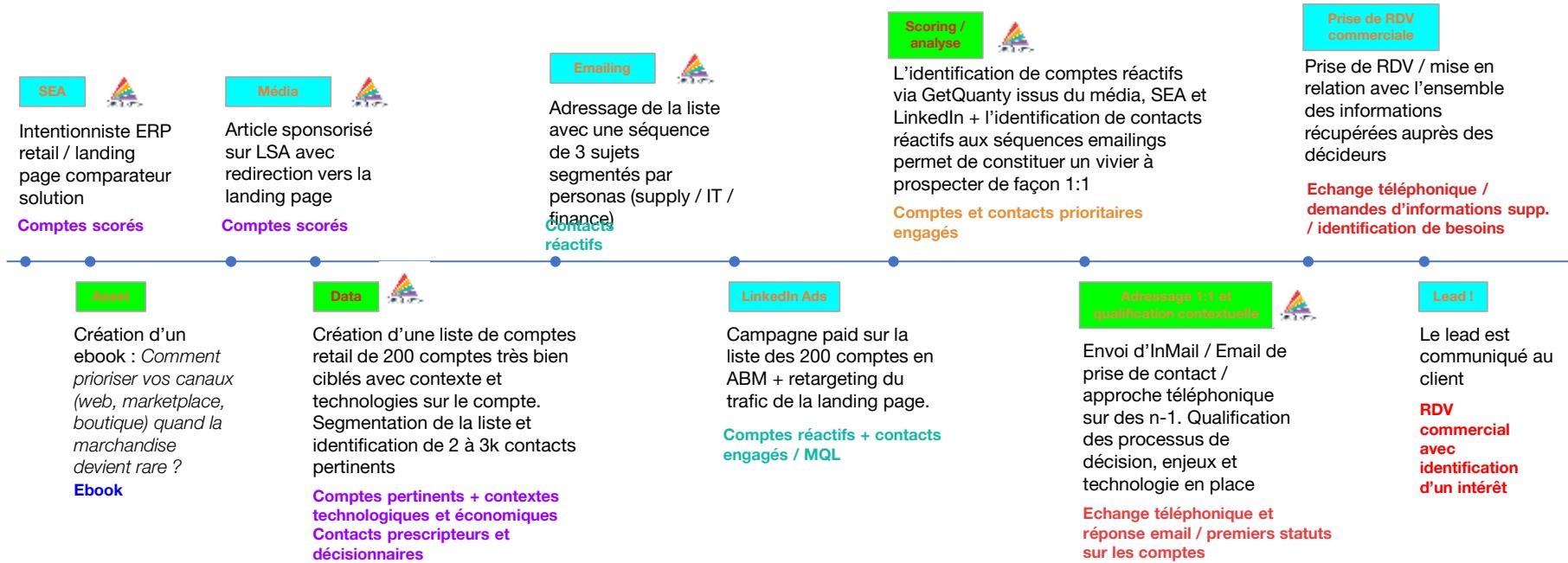
Mise en place d'un dispositif multicanal intégrant des push marketing, afin de générer du trafic vers la landing page et engagés les comptes.

Intégration de GetQuanty, sur la landing de l'offre et sur le site de Teamwork.





# LE DISPOSITIF ABM 3.0 MIS EN PLACE



Opération sur 3 mois permettant de prendre un « snapshot » d'un segment



# Cas Client : Fleet Services Group

"GetQuanty nous permet d'identifier des comptes réactifs puis de constituer un vivier de prospects qualifiés. Leur IA analyse les comportements digitaux et nous fournit des comptes 'chauds' avec un scoring précis. Le bouclage systématique par téléphone pour la qualification du contexte fait toute la différence."

— Flora Caradec, Directrice Commerciale, Fleet Services Group

**309**

**Comptes Ciblés**

Liste de comptes clés dans le secteur Food

**47**

**Comptes Réactifs**

Prospects qualifiés par l'approche multicanale

**2x**

**Taux de Conversion**

Doublement par rapport aux opérations classiques

## Quel impact sur votre business ?

- comparatif ABM / ABM 3.0
- le funnel augmenté par IA
- les défis de l'ABM 3.0

# Comparaison : ABM Traditionnel vs ABM 3.0

## 3.0

Aspect

| Aspect              | ABM Traditionnel                         | ABM 3.0 avec IA  |
|---------------------|--|--|
| Ciblage des comptes | Profil client idéal fixe, liste statique | Ciblage dynamique avec détection des signaux d'intention en temps réel |
| Personnalisation    | Manuelle, limitée par les ressources     | Automatique à grande échelle, adaptation contextuelle                  |
| Automatisation      | Séquences fixes, peu flexibles           | Automatisation intelligente et adaptative multicanale                  |
| Prédiction          | Peu ou pas de données prédictives        | Modèles IA pour anticiper conversion et objections                     |
| Optimisation        | Retours manuels et tests limités         | Optimisation continue en temps réel via apprentissage machine          |
| Échelle             | Limitée par la capacité humaine          | Grande échelle sans perte de qualité                                   |

# Résultats Concrets de l'ABM 3.0



## Taux de Conversion

Multiplication par 3 à 5 des taux de conversion par rapport aux approches traditionnelles

## Cycle de Vente

Réduction de 30 à 40% de la durée des cycles de vente grâce à l'identification des moments d'intention

## Coûts d'Acquisition

Diminution de 25 à 50% des coûts d'acquisition client grâce à l'automatisation intelligente

## ROI Marketing

Augmentation du ROI de 800 à 1200% contre 500-800% pour l'ABM traditionnel

# Le Funnel ABM 3.0 Augmenté par l'IA

## Découverte IA

1000+ comptes identifiés grâce au scoring comportemental et aux signaux d'intention détectés automatiquement

## Engagement Automatisé

500 comptes qualifiés avec contenus personnalisés et automation multicanale intelligente

## Conversion Humaine

100 comptes chauds bénéficiant d'interactions commerciales personnalisées et de négociation experte

## Clients Acquis

25-40 nouveaux clients avec ROI optimisé et cycle de vente accéléré de 30 à 40%



# Les Défis et Prérequis de l'ABM 3.0

## Qualité des Données

L'IA ne peut exceller qu'avec des données clients propres, complètes et actualisées. Une approche "garbage in, garbage out" condamne inévitablement les performances.

## Transformation Culturelle

Refonte des processus marketing et commerciaux nécessaire. Les équipes doivent abandonner les approches en silos pour adopter une collaboration étroite pilotée par les insights IA.

## Conformité Réglementaire

L'hyper-personnalisation repose sur l'exploitation massive de données personnelles, imposant une vigilance renforcée concernant le RGPD et les réglementations sectorielles.

## Investissement Technologique

Plateformes intégrées sophistiquées requises, capables de connecter CRM, marketing automation, IA et outils d'analyse. Coût initial conséquent mais ROI rapide.

- 2 -

Conclusion :lancez -vous !

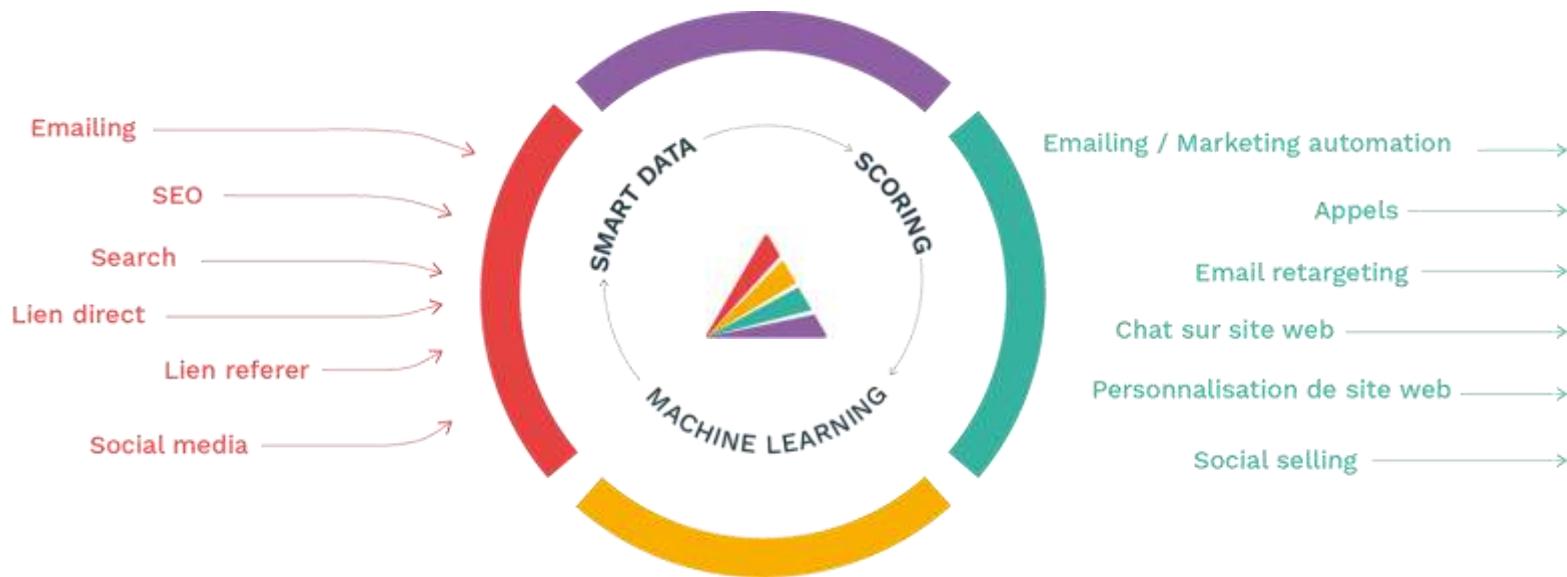
# La plateforme K-Sales pour un ciblage ultra-précis

<https://ksales.ai/>

The screenshot displays the K-Sales AI platform interface. At the top, there is a navigation bar with the K-Sales logo, 'Why', 'Solutions', 'Pricing', 'Resources', 'English', a search bar ('Enter your work email'), a 'Start for Free' button, and a 'Log In' button. The main content area shows a detailed company profile for 'KARCHER SAS (KARCHER)'. The profile includes a presentation slide, contact information, activity, general information, and news. It highlights 'Gross operating surplus' with a bar chart. Below the profile, there is a summary of the company's history, headquarters, and registration details. On the left, there are several filtering panels: 'SAVED FILTERS' (with 'Washington DC Water Panel Dev.' selected), 'Location' (with 'Florida' selected), 'Company size' (with '1-100' selected), and 'Company info' (with 'Headquarters' selected). The bottom right corner features a user profile for 'Mr. Frédéric Claveau'.

# La plateforme GETQUANTY pour mettre un cerveau au cœur de votre dispositif de prospection

<https://www.getquanty.com/fr/demande-de-demo>



# L'extension ClicSight, pour mettre l'IA dans les mains de vos commerciaux !

<http://www.clicsight.com>

The screenshot shows the GetQuantity software interface. The top navigation bar includes links for Contacts, Conversations, Marketing, Vente, Commerce, Service client, Workflows, Reporting, and Partenaire. The main menu on the left lists 'Entreprises' and 'Actions'. The central area displays a list of activities, with 'Activité' being the selected tab. A search bar and a 'Tout réduire' button are present. Below the search bar, there are buttons for 'Notes', 'Emails', 'Appels', and 'Plus'. A 'Filtrer par' section allows filtering by activity, user, and date (fevrier 2024). A detailed view of an email interaction with 'Charlotte LOPEZ' is shown, including a preview of the email content: 'Top, je viens de t'envoyer le mail 2 et 3.' and 'Bien cordialement,'. The right side of the interface shows a sidebar with 'GetQuantity Timel', 'Contacts (9)', 'Transactions (0)', and a note to 'Suivez les opportunités associées à cette fiche d'informations.' A 'Transactions partagés' section shows a new item, and a 'Tickets (15)' section is also visible.

The screenshot shows the Salesforce Starter trial landing page. It features a large 'Essayez gratuitement Salesforce Starter.' heading, a subtext about using the Starter edition for sales, marketing, and customer service, and two buttons: 'Télécharger' and 'Rejoignez la communauté'. Below this, there are two side-by-side comparisons of the GetQuantity and Salesforce interfaces. The left comparison shows a GetQuantity contact card for 'Emmanuel MACRON' with a photo, title 'Président de la République française', and contact details: 'Bordeaux, 33000, France', 'Emmanuel.Macron@etat.fr', and '01 53 92 00 00'. The right comparison shows a similar contact card for 'Emmanuel MACRON' on the Salesforce platform, with a photo, title 'Président de la République française', and contact details: 'Paris, 75000, France', 'Emmanuel.Macron@etat.fr', and '01 53 92 00 00'. Both cards include a 'S'abonner' button.

# La plateforme Zenbaia, pour créer vos propres assistants métiers IA en vous appuyant sur une communauté de spécialistes

zenbaia  
AI ASSISTANTS

IA Business   Produits   Solutions   Tarifs   Ressources

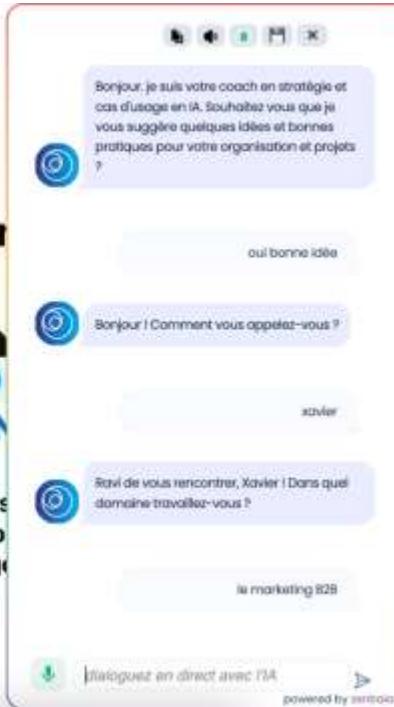


Votre vision

Votre métier

zenbaia  
AI ASSISTANT

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



A Télécharger dès  
maintenant sur le  
ChromeStore !

Découvrez la Zenbaia  
Academy sur Youtube



# ABM 3.0 : L'IA Révolutionne Votre Marketing B2B

## Le Problème : L'Épuisement du Marketing de Masse



**2%**

Taux de clic moyen des emails marketing généralistes.



**120**

Nombre d'emails reçus chaque semaine par les décideurs B2B.



**6.8**

Nombre moyen de décideurs impliqués dans un cycle d'achat complexe.

## La Solution : La Révolution ABM 3.0 grâce à l'IA



### Ciblage prédictif

Détection des signaux d'intention en temps réel



### Hyper-personnalisation

Automatique à grande échelle, adaptation contextuelle



### Orchestration multicanale automatisée

#### Ciblage des comptes

#### ABM Traditionnel



Profil client idéal fixe, liste statique

#### ABM 3.0 avec IA



Ciblage dynamique, détection des signaux d'intention en temps réel

#### Personnalisation



Manuelle, limitée par les ressources



Automatique à grande échelle, adaptation contextuelle

#### Échelle



Limitée par la capacité humaine



Grande échelle sans perte de qualité

#### ROI Marketing

**500-800%**

**800-1200%**



A man in a suit is standing in front of a whiteboard, gesturing with his hands as if giving a presentation. Several people are seated at a long table in the foreground, looking towards the speaker. The background features a wall with a grid of colorful sticky notes.

# A vous de jouer !



GetQuantity

2 r Dahomey  
75011 Paris