

MARKETING BtoB

Les tendances et technologies qui montent en 2017

EXPÉRIENCE CLIENT BTOB

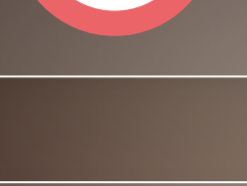
23%

Seulement 23% des marketers BtoB proposent une expérience client constante et de qualité, quel que soit le point de contact.



89% des professionnels du marketing ont l'intention de mettre en place ou d'améliorer leurs stratégies « customer centric » sur l'année en cours.

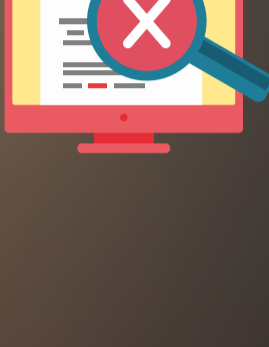
89%



ACCOUNT BASED MARKETING & RETARGETING

46%

46% des marketers considèrent le retargeting comme la technologie online la moins bien exploitée.



Dans 70% des cas, les visiteurs retargetés ont plus de chances d'être convertis.

70%



87%

87% des marketers ont augmenté leur budget retargeting en 2016...

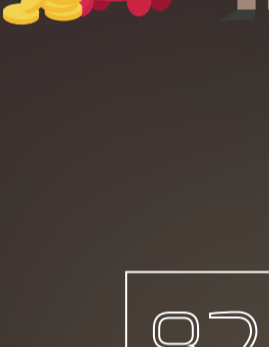


Cette tendance, observable en BtoC comme en BtoB, continue à se développer en 2017.

NATIVE ADVERTISING

5,2 MILLIARDS D'EUROS

En 2015, 5,2 milliards d'euros ont été dépensés en Europe dans le native advertising.



En 2020, les dépenses dans le display on line devraient être multipliées par 2,6 pour atteindre 13,2 milliards d'euros.

X2,6



824 MILLIARDS D'EUROS

En France, le marché du native advertising atteindra 824 millions d'euros en 2020, alors qu'il était de 343 millions d'euros en 2015.



Les deux principales raisons de faire appel au native Advertising :

- Performance et efficacité publicitaire
- Solution pour réduire l'adblocking.

2 RAISONS



CONTENT MARKETING



30% des marketers BtoB considèrent les nouvelles technologies comme essentielles dans le succès de leur stratégie de content marketing.



1 marketer sur 2 pense que le ROI des contenus serait supérieur si le ciblage était mieux réalisé.



83% des marketers pensent que le marketing de contenu va être de plus en plus inclus dans des processus automatisés.

Si la technologie est importante, la qualité des créations reste un facteur décisif.

85% des marketers BtoB citent la qualité des contenus comme primordial dans le succès d'une démarche de content marketing.

LES 5 TECHNOLOGIES QUE LES MARKETERS SOUHAITENT INCLURE DANS LEURS STRATÉGIES POUR 2017

IoT 43,75%

Réalité virtuelle 37,5%

Intelligence artificielle 27%

Analyse prédictive 26,25%

Machine Learning 25,75%



DES DIFFÉRENCES DE PERCEPTION SUR L'IMPORTANCE DES TECHNOLOGIES :

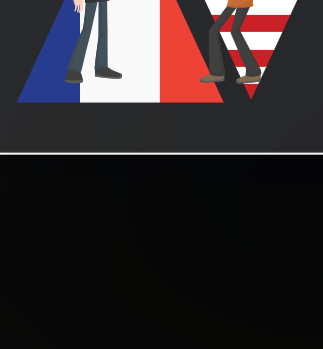
50%

des nord-américains estiment que le machine learning sera populaire cette année, contre 19% des Français.



45% des Français considèrent que la réalité virtuelle connaîtra du succès en 2017, contre 19% seulement aux USA.

45%



SOURCES

Walker Information's Customers 2020: The Future of B-to-B Customer Experience

Rapport "Native Advertising in Europe in 2020", Yahoo et Enders Analysis

How content marketing and native will drive a new era of engagement, PulsePoint State of the industry report 2014

B2B Content Marketing: 2017 Benchmarks, Budgets, and Trends—North America, Content Marketing institute, MarketingProfs.

What technologies do you plan to include in your marketing strategy in 2017?, 30/01/2017, Marketo (Etude auprès de 620 marketers localisés pour 36% aux USA, 16% au Royaume-Ui, 16% en France, 16% en Allemagne et 16% en Australie).

Efficacité du retargeting en environnement BtoB, étude Triggitt, 2014