

# Génération de leads BtoB

Les canaux les plus efficaces sont-ils ceux que vous pensez ?



## Comment les marketers BtoB conçoivent la leadgen :

68%

estiment que la qualité des leads est la priorité, devant le volume à 55%

59%

perçoivent la génération de leads de qualité comme un véritable défi

61%

pensent que le manque de ressources est le principal obstacle à la réussite des opérations de lead gen

60%

pensent que le télémarketing est très efficace pour générer des leads

## La vérité sur les canaux que les marketers pensent être les plus efficaces\*

\*Basé sur l'étude « B2B Lead Generation Trends Report » de Crowd Research Partner et les retours terrain du groupe ITFACTO-Newslead

### Email Marketing

80%

des marketers BtoB pensent que l'email marketing est efficace

Qualité / Taux de projet = 0 à 35%

Volume = de 100 à 800 sur une période de 1 à 3 mois

L'email marketing est effectivement un canal très intéressant pour réaliser d'importants volumes sur un délai court. Il doit cependant être manipulé avec précaution de manière à éviter le phénomène d'érosion des bases. Il faut donc se méfier des push massifs, qui peuvent être utiles dans une approche awareness, mais qui ne sont pas à eux-seuls suffisants pour trouver des projets.

### Inbound

77%

des marketers BtoB pensent que le SEO est efficace, 53% pour le blogging

Qualité / Taux de projet = 15 à 60%

Volume par mois = de 3 à 40

L'inbound Marketing peut générer des taux de projet intéressants mais les volumes restent généralement faibles. Il reste une stratégie intéressante à déployer en complément d'autres actions. A noter : la qualité des contenus est décisive dans une démarche inbound, de même que leur visibilité. Il est donc important de soigner leur conception et de mettre en place des actions de SEO.

### Télémarketing

60%

des marketers BtoB pensent que le Télémarketing est « très efficace » et 32% qu'il est « plutôt efficace »

Qualité / Taux de projet = 7 à 15% sur call pertinents

Volume par mois = de 10 à 100

Le télémarketing est effectivement très efficace lorsqu'il cible des contacts pertinents. Le call dit « pertinent » est un call tactique réalisé sur une base préalablement filtrée. Le filtrage peut être réalisé via une démarche outbound email, par exemple. Cette approche permet d'aller plus rapidement à l'essentiel et de maintenir un taux de projet assez élevé sur des volumes moyens.

### Évènements/Salons

78%

des marketers BtoB estiment que les conférences/events/tradeshows sont efficaces ou plutôt efficaces

Qualité / Taux de projet = 20 à 30% sur end users

Volume par mois = de 15 à 200

Le salon BtoB est un bon moyen de fidéliser les clients, trouver de nouveaux prospects, mais également dynamiser l'image de marque. Pour être efficace, il faudra veiller à la qualité des intervenants, au choix des thèmes, à la surface d'exposition.

### Réseaux sociaux

61%

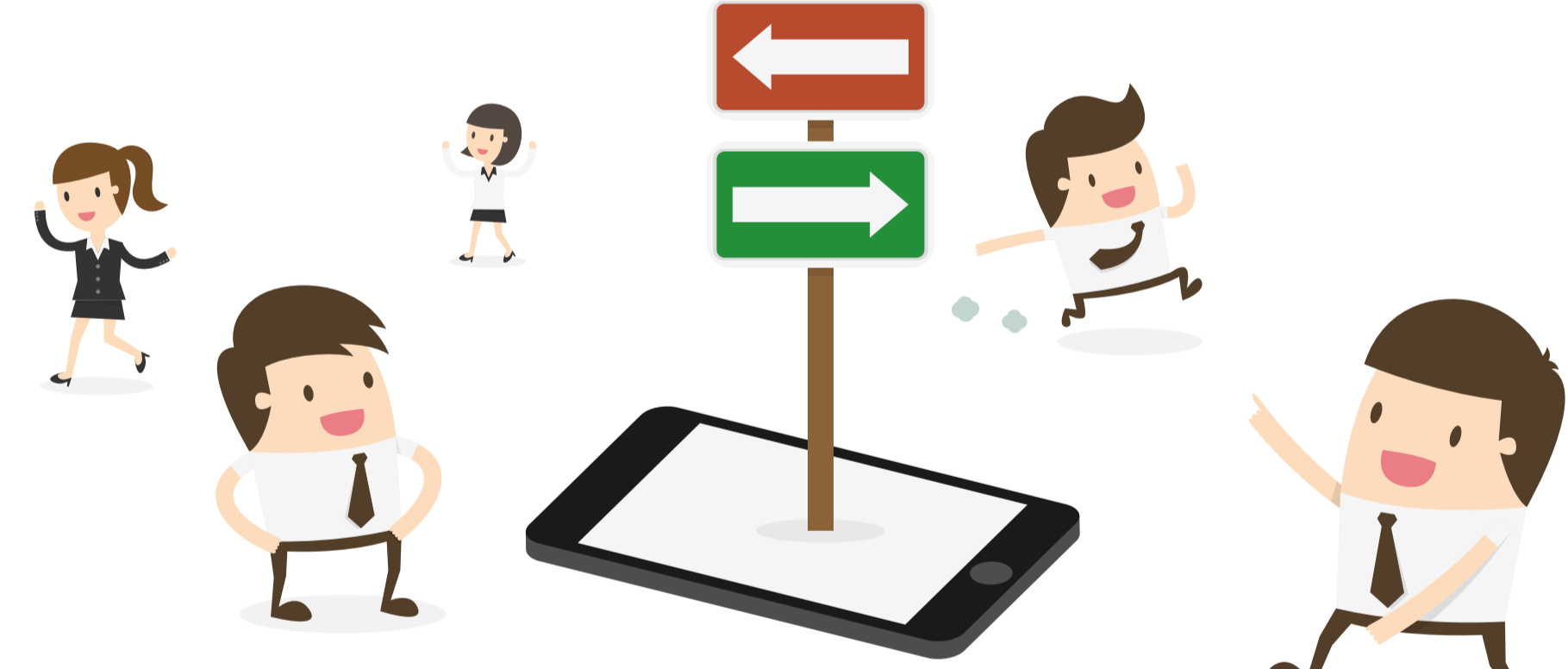
des marketers BtoB estiment que les réseaux sociaux sont efficaces

Qualité / Taux de projet = non significatif

Volume par mois = de 100 à 500

Il faut relativiser l'efficacité des réseaux sociaux pour les opérations de leadgen BtoB. Les réseaux sociaux peuvent être intéressants dans une démarche de visibilité ou combinés à d'autres canaux, mais après un retraitement par call, on constate souvent qu'ils génèrent de faibles taux de projets.

## Le rôle du marketing mobile est surévalué



Le marketing mobile est au centre de l'attention...

45%

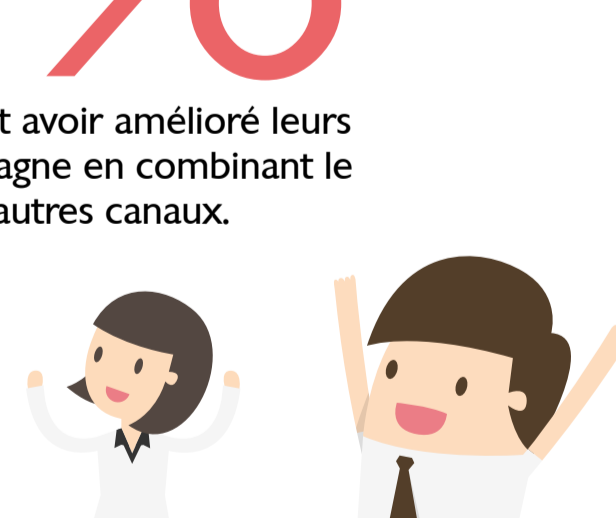
Mais 45% des marketers BtoB ont du mal à définir quel rôle il va jouer dans leurs stratégies.

## En leadgen BtoB, la clé de la réussite se trouve dans une combinaison des différents canaux...

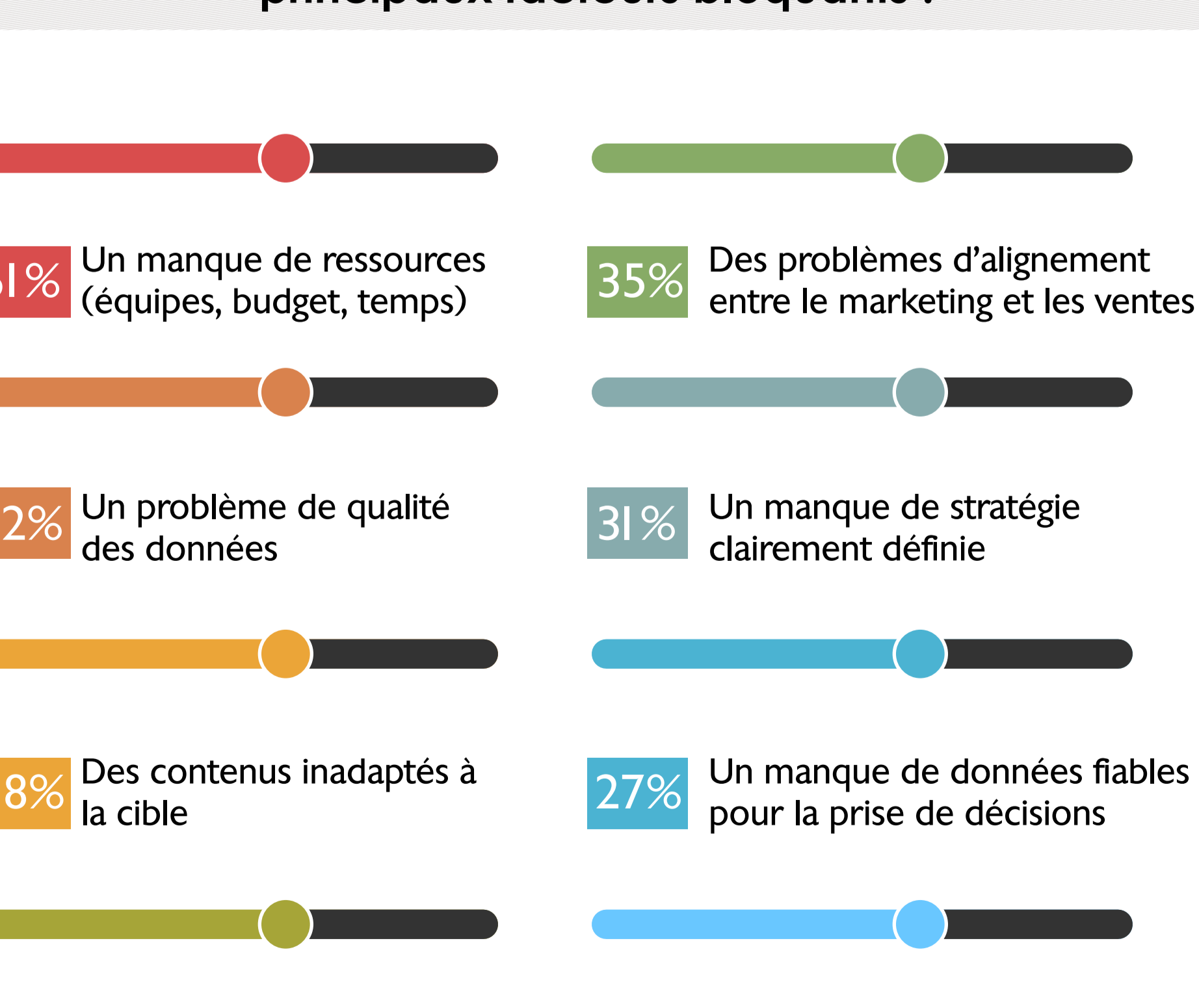


81%

des managers pensent avoir amélioré leurs rendements de campagne en combinant le télémarketing avec d'autres canaux.



## ... Et dans la faculté à remédier aux principaux facteurs bloquants :



### Sources

B2B Lead Generation Trends Report, Crowd Research Partner, 2015  
 Where to Place Your B2B Marketing Bets in 2016, Gartner, auteur : Chris Pemberton  
 « Toolkit : Automate B2B lead nurturing in four steps », Gartner  
 « Why Telemarketing is a potent ingredient in the marketing mix ». The DMA's Contact Centre & Telemarketing Council, 2014  
 Retours terrain ITFACTO-Newslead