

## INTERVENANTS



**Laurent AZIERES**  
Adelanto



**Laëtitia BARET**  
CMIT / Efficacy

# 10<sup>ème</sup> Baromètre du Marketing B2B 2024

## WEBINAIRE

*Restitution du Baromètre  
Marketing B2B 2024*

25 avril | 9h00 - 10h00



Avec la participation du





Invitation Webinaire,  
Jeudi 25 avril 2024 - 9h00

Présentation des Résultats du 10<sup>ème</sup> Baromètre Marketing B2B

## Agenda

- Introduction
- Résultats du baromètre du Marketing BtoB 2024
- Questions / Réponses

## Adelanto, qui sommes-nous ?

- » Agence Marketing Digital B2B, création 1994 – 30ans
- » Spécialiste Bdd : DAF, RH, Informatique, Marketing, DG...de 40 à 50000/100000 emails de décideurs par cible
- » Plus de 200 références : Dell, Cegid, Sage, Adobe, Allianz, Citrix, Qlik,...
- » Emailing BtoB de génération de leads :
  - » Newsletters métier/secteur : content syndication
  - » Lead generation surveys : campagnes sur mesure
  - » Création de contenu, emailing « events » et Bdd pour ABM

 Directeur Informatique info  
Une campagne de lead génération ciblant 100 000 Directeurs / Responsables Informatiques

 Directeur Ressources Humaines info  
Un média de lead génération ciblant 50 000 décideurs RH

 Directeur Marketing info  
Un média de lead génération ciblant 50 000 décideurs Marketing et Commerciaux

 Directeur Financier info  
Un support de lead génération ciblant 50 000 décideurs Financiers.

 Decideurs Events  
Des événements à ne pas manquer

 Industrie info

## CMIT, qui sommes-nous ?

- » Fondé en 2003, le CMIT réunit **une centaine d'adhérents** et anime une communauté de 1000 professionnels autour de préoccupations plutôt B2B dans l'industrie de l'IT ou au sens large
  - » **30 événements par an** (formations, conférences, webinaires, ateliers, dîners des adhérents...)
  - » **3 objectifs** : Développer son réseau, partager son savoir, progresser dans son travail
  - » **Thèmes fédérateurs 2024** : IA, Alignement Sales et Marketing, Marketing et communication responsables
  - » Adhésion ouverte aux **responsables Marketing / Communication** en poste dans des entreprises IT, avec la possibilité de former vos équipes

## Prochains événements

Jeu. 25  
Avr 2024

### Webinaire

Résultats du Baromètre Marketing B2B 2024

Jeu. 20  
Juin 2024

### Formation

Trouvez votre charisme pour mieux convaincre, motiver, vendre

Mar. 14  
Mai 2024

### Webinaire

Présentation du CMIT

Ven. 05  
Juil 2024

### Formation

Google Analytics 4

Mar. 21  
Mai 2024

### Formation

Utiliser Chat GPT pour créer des contenus

Ven. 20  
Sep 2024

### Matinée

Forum



Invitation Webinaire,  
Jeudi 25 avril 2024 - 9h00

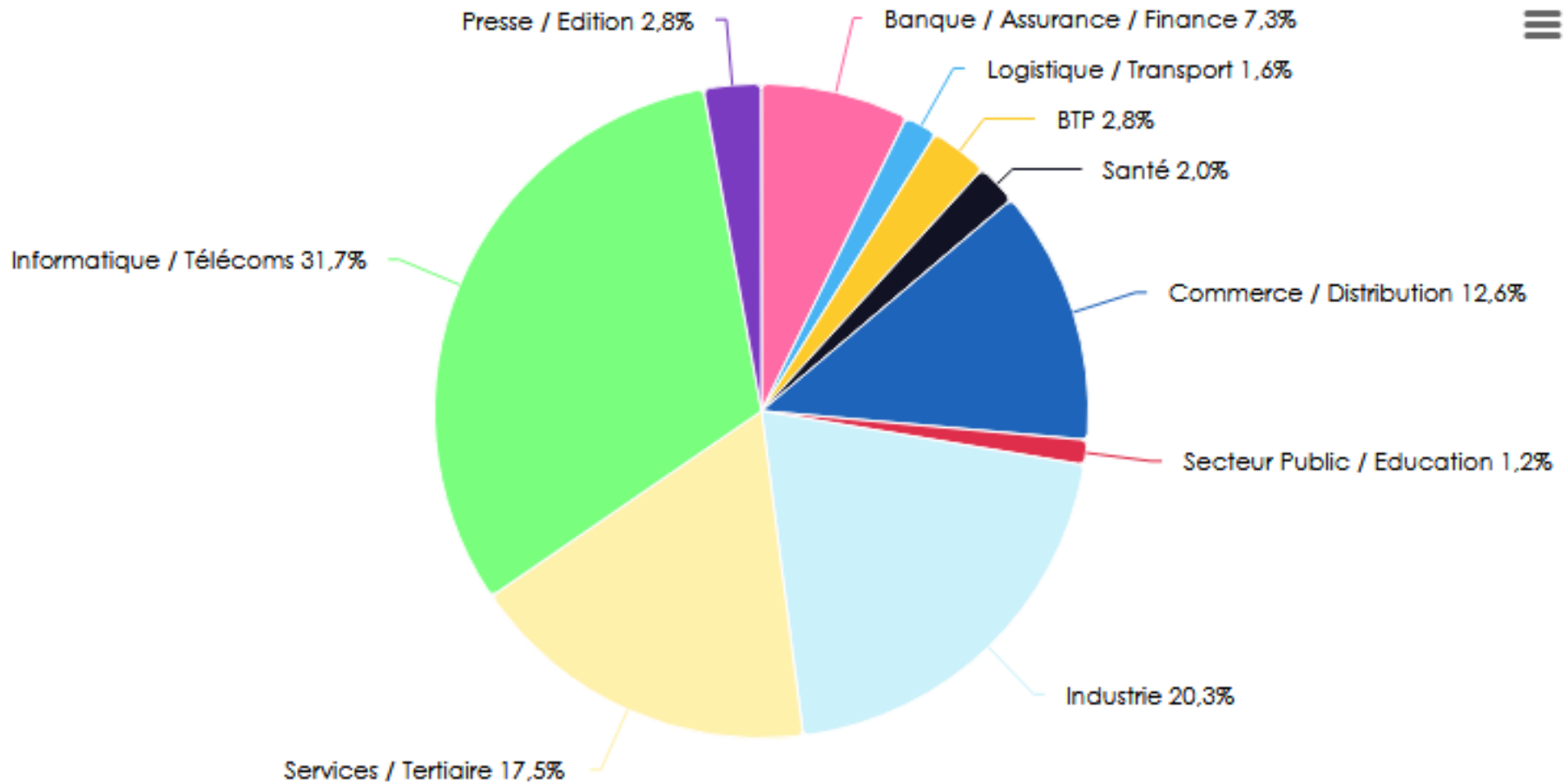
Présentation des Résultats du 10<sup>ème</sup> Baromètre Marketing B2B

## C'est un **état des lieux** sur les enjeux et investissements des **Décideurs Marketing** pour le **B2B** en **2024**

C'est la 10<sup>ème</sup> édition annuelle de ce baromètre :

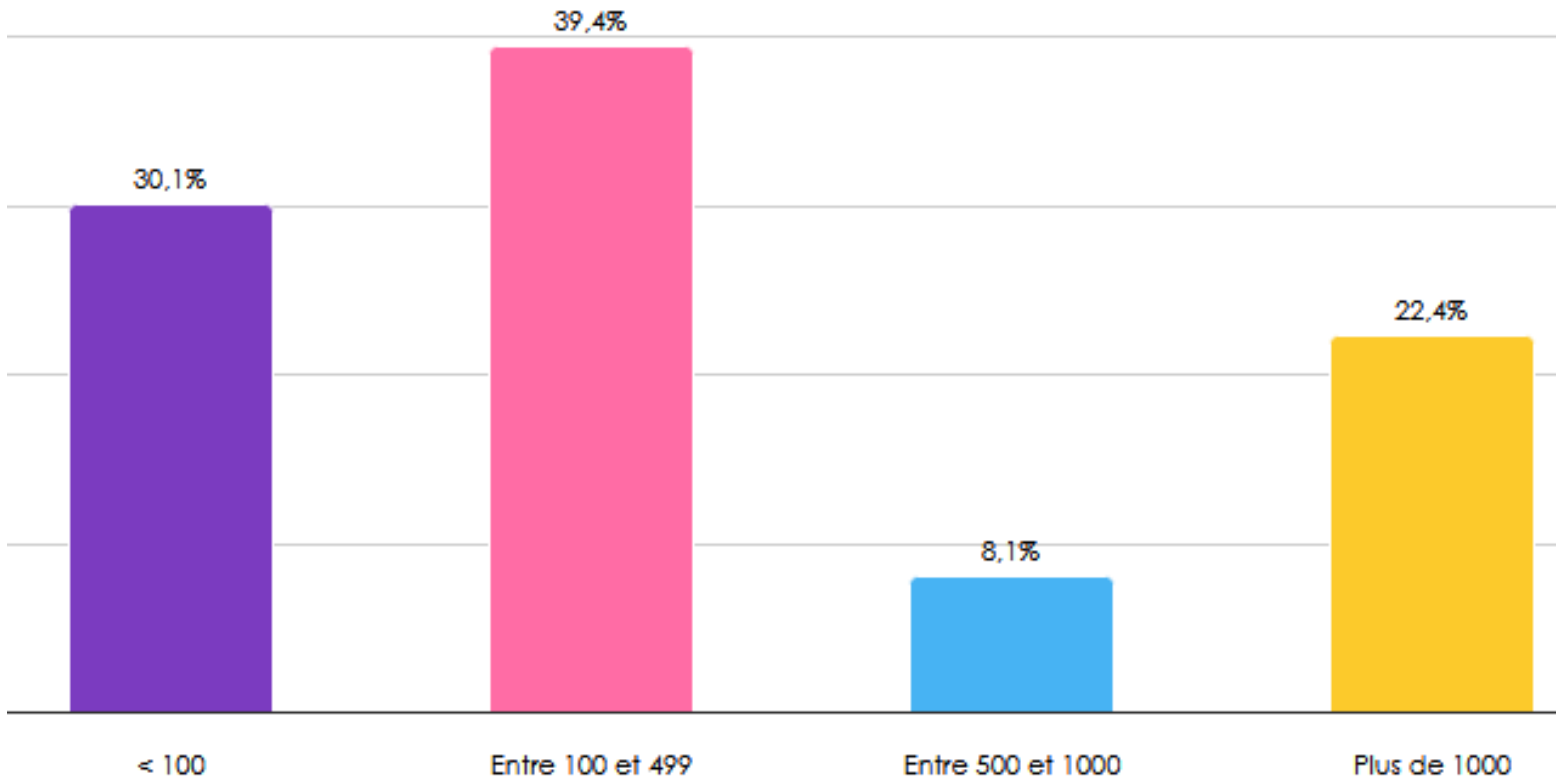
- **En mars et avril 2024, une vingtaine de questions clefs ont été posées** à plus de **25 000 Décideurs Marketing en BtoB** autour des choix médias, réseaux sociaux, budgets, emailing, des bases de données et des investissements en technologie pour le marketing
- **246 Décideurs Marketing BtoB** y ont participé
- Présentation des résultats **tous secteurs confondus**

# Quel est votre **secteur** d'activité ?



Tous les secteurs sont représentés avec une prépondérance des secteurs **IT, Industrie, Services et Distribution**

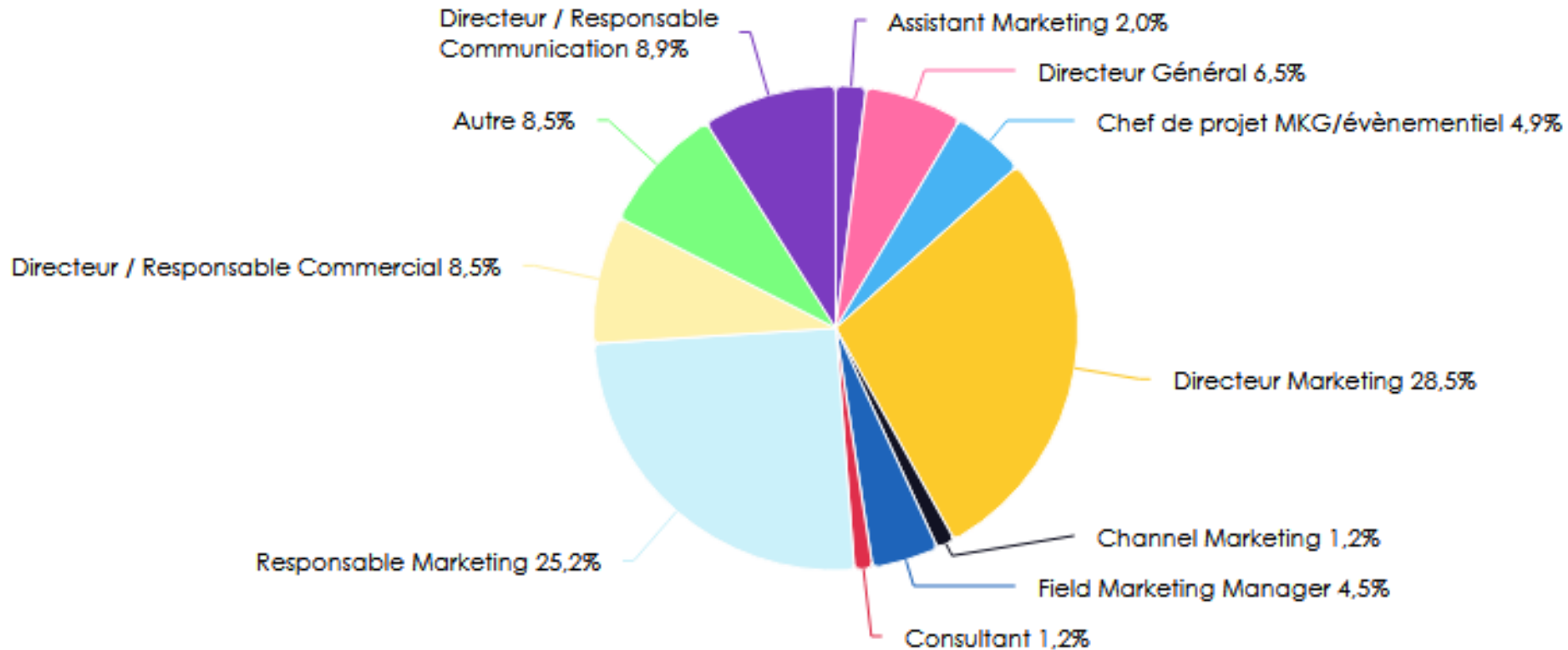
# Quel est l'**effectif** de votre entreprise (en France) ?



**7 répondants sur 10** sont issus de structure PME et Grands Comptes (plus de 100 employés)

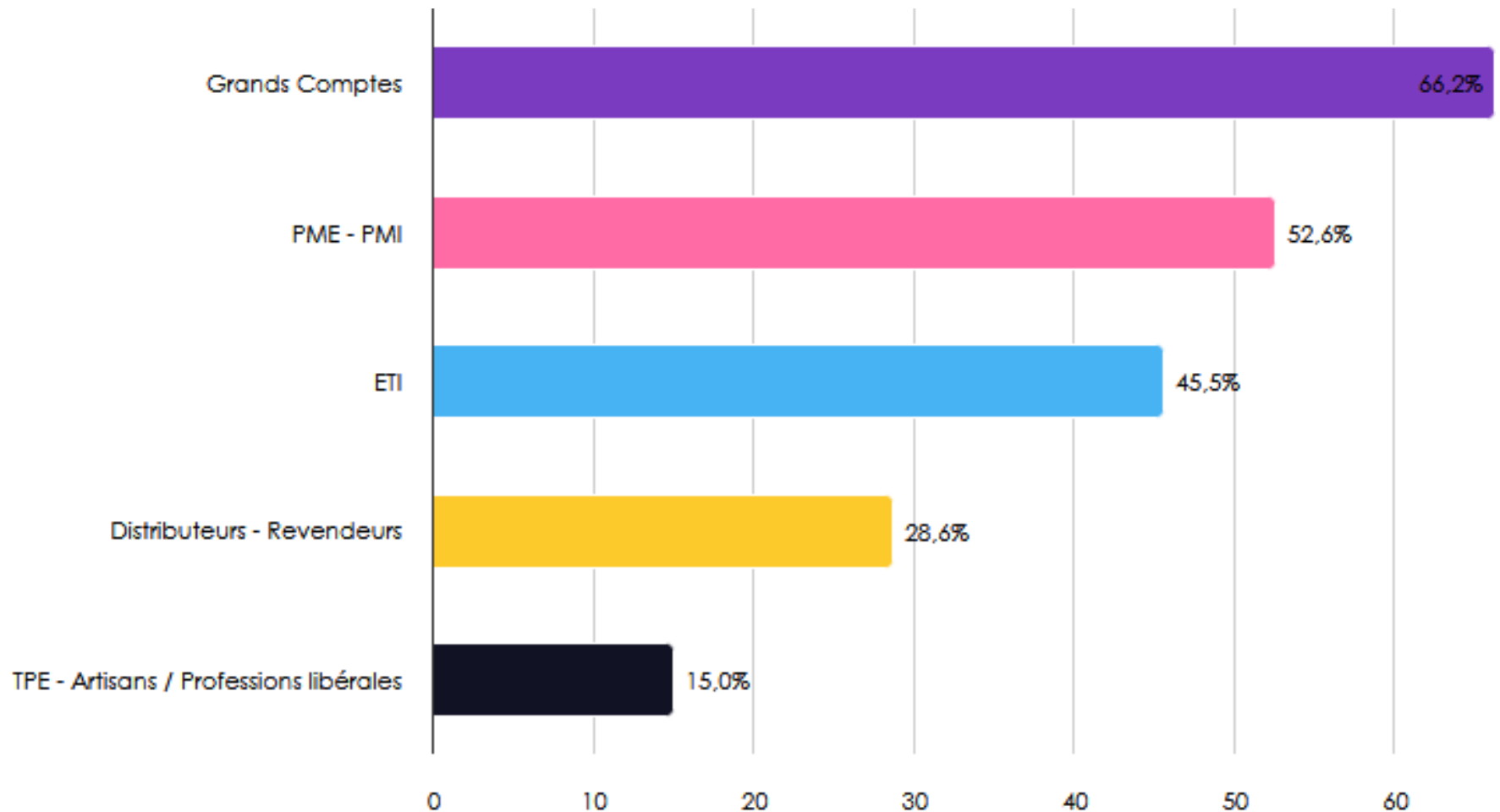


# Quelle est votre **fonction principale** ?



**2/3 des répondants** sont des **Dir. /resp. Marketing et Communication**, puis d'autres fonctions marketing, avec aussi 15 % de DG et Commerciaux

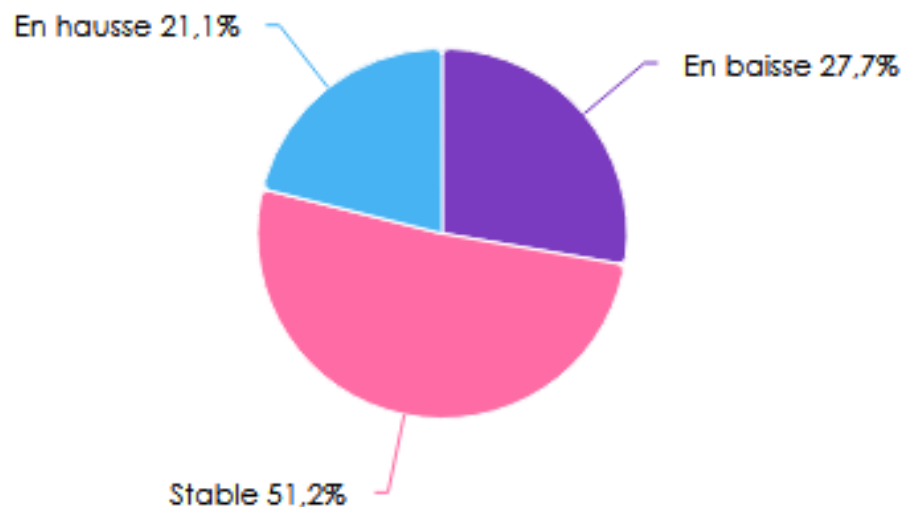
# Quelles sont vos **cibles prioritaires** pour le B2B ?



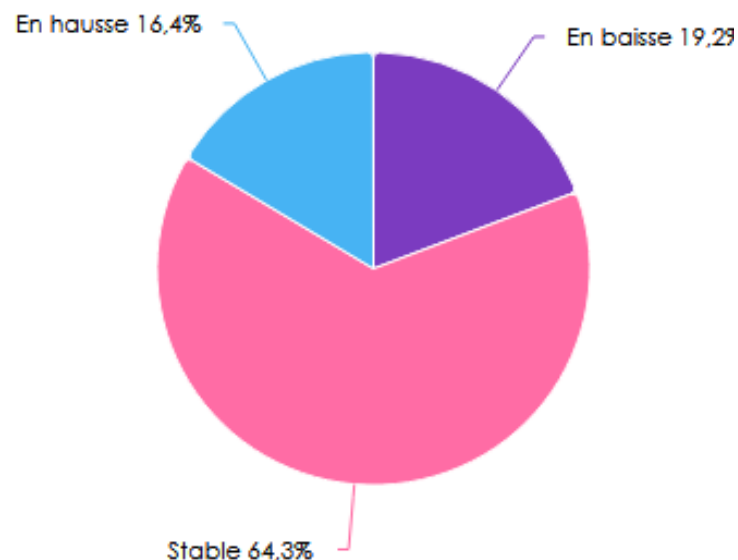
On voit une nette **priorité** pour les cibles **GC** devant les **PME/ETI** pour tout le BtoB

# Quelle tendance 2024 pour vos **ressources marketing** B2B?

## Budget Marketing



## Effectif Marketing

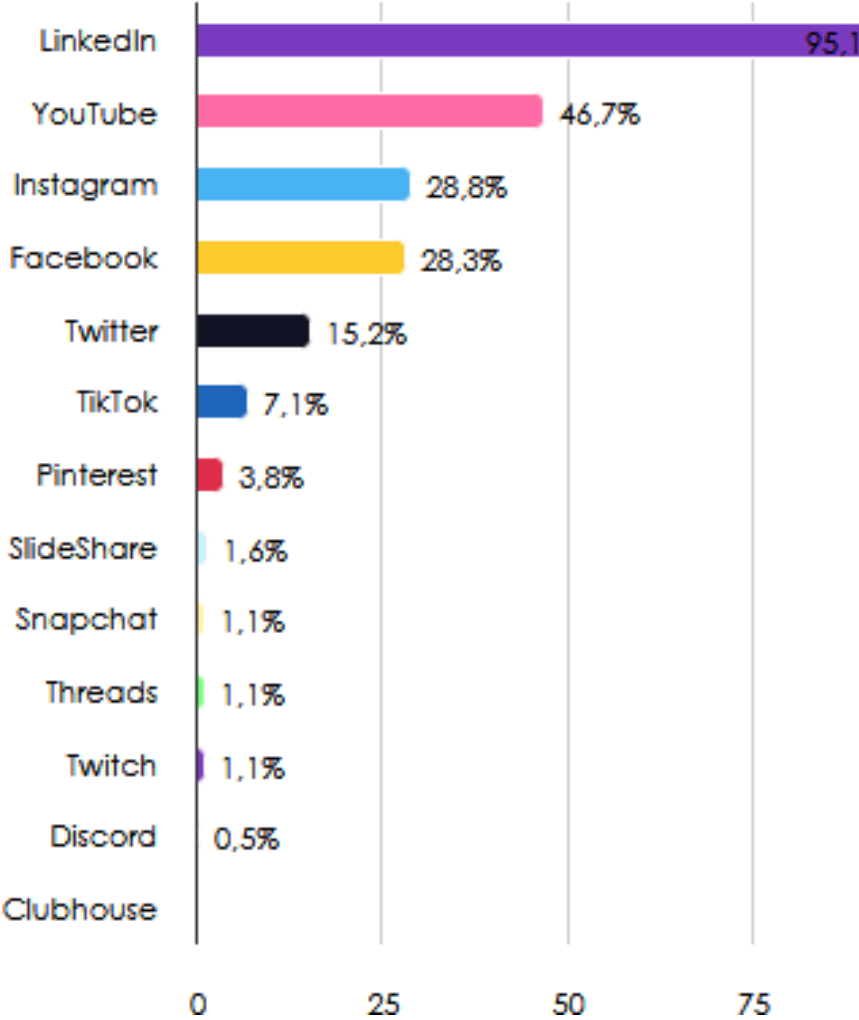


Les **budgets 2024** sont mentionnés stable et un **peu plus en baisse** qu'à la hausse alors que les **effectifs** sont stables avec un **peu plus de hausse** prévue que de baisse

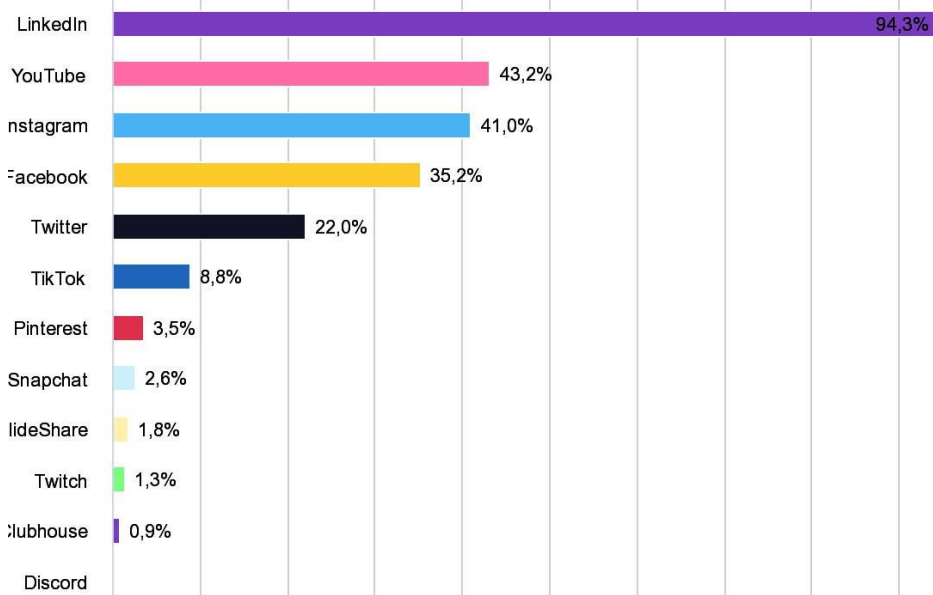
# Top 10 Médias digitaux BtoB les plus utilisés en 2024

	Médias digitaux utilisés	2024	2023	2022
1	<b>Emailing</b>	<b>97%</b>	96%	99,1%
2	Search naturel	<b>93%</b>	92%	90%
3	Réseaux Sociaux Ads	<b>89%</b>	85%	89%
4	Réseaux Sociaux Influence		82%	88%
5 <sup>ex</sup>	Search payant	<b>79%</b>	80%	
5 <sup>ex</sup>	Webinaires	<b>79%</b>	78%	87%
7	Enquête&sondages	<b>76%</b>	77%	83%
8	Display/programm atique	<b>71%</b>	72%	75%
9	Content syndication	<b>65%</b>	67%	69%
10	Podcast	<b>52%</b>	57%	58%

# Parmi ces Réseaux Sociaux, lesquels privilégiez-vous pour le B2B 2024 ?



## Rappel 2023



Dans le **TOP 3** des **RS** les **plus utilisés en BtoB**, on note :  
1. LinkedIn 2. Youtube 3 ex. Instagram&Facebook

# Top 10 médias digitaux en hausse d'investissement 2024

Médias digitaux – Hausse prévue		2024	2023
1	<b>Search naturel</b>	<b>56%</b>	47%
2	Réseaux Sociaux Ads	<b>51%</b>	52%
3	Réseaux Sociaux Influence	<b>46%</b>	48%
4	Podcast	<b>45%</b>	39%
5	Search payant	<b>40%</b>	36%
6 <sup>ex</sup>	Webinaires	<b>38%</b>	36%
6 <sup>ex</sup>	Emailing	<b>38%</b>	34%
8	Content syndication	<b>35%</b>	27%
9	Enquêtes & sondages	<b>27%</b>	31%
10	Display/programmatisation	<b>26%</b>	30%

## Autres médias BtoB les plus utilisés en 2024

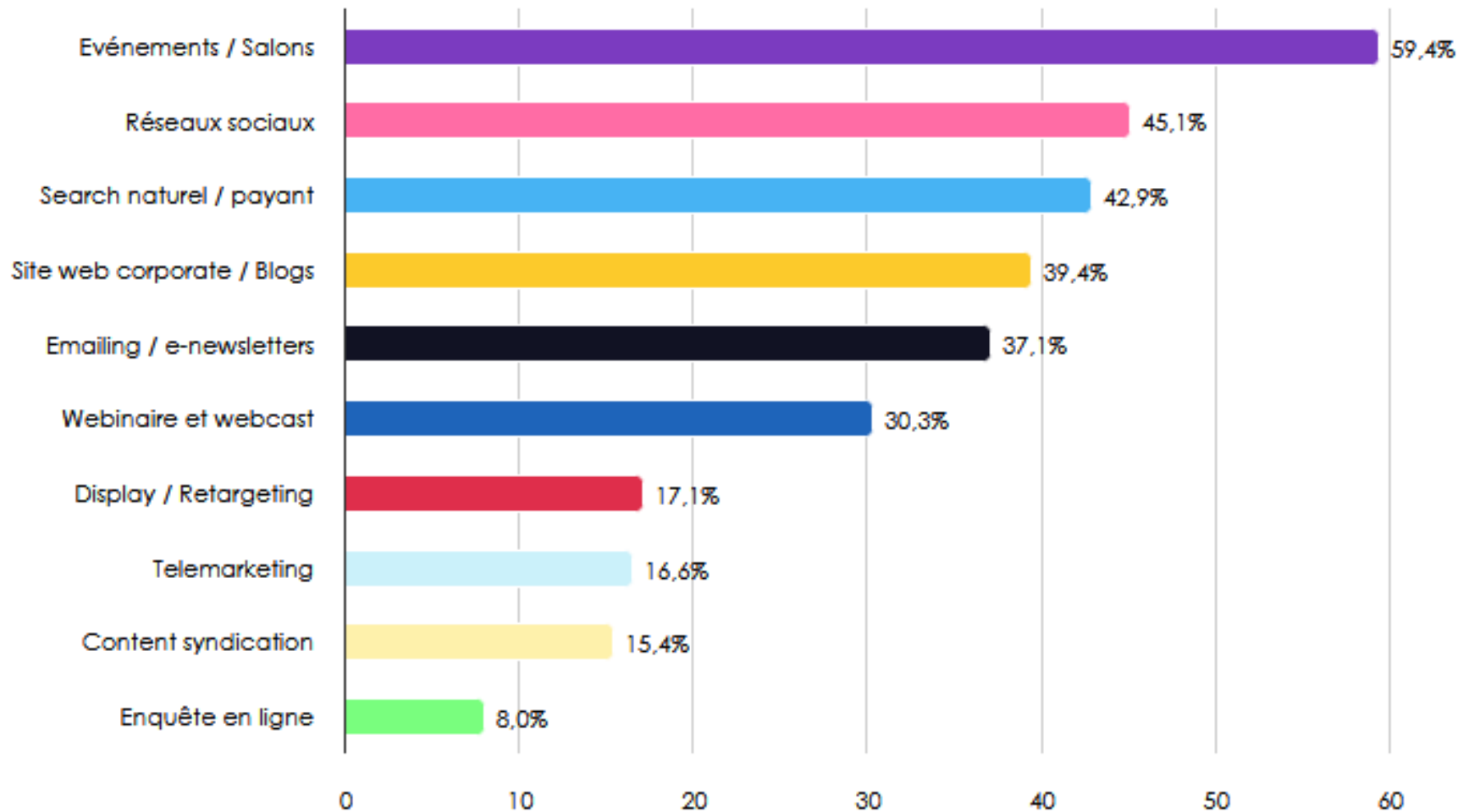
Médias offline utilisés	2024	2023	2022
1 Création de nouveaux contenus	97%	95%	98%
2 Conférences et séminaires	95%	92%	94 %
3 RDV 1to1	88%		
4 Print	86%	89%	88%
5 Relations Presse	82%	85%	90 %
6 Pub(Radio/TV, presse)	54%	70%	76%
7 Achat de leads	59%	65%	
8 ABM	59%	63%	
9 Télémarketing	55%	61%	68%

## Autres types de médias en hausse d'investissement 2024

Hausse d'investissements Médias offline		2024	2023
<b>1</b>	<b>Création de nouveaux contenus</b>	<b>61%</b>	56%
<b>2</b>	RDV 1 to 1	<b>59%</b>	-
<b>3</b>	ABM	<b>52%</b>	34%
<b>4</b>	Conférences et séminaires	<b>33%</b>	36%
<b>5<sup>ex</sup></b>	Relations Presse	<b>29%</b>	28%
<b>5<sup>ex</sup></b>	Télémarketing	<b>29%</b>	20%
<b>7</b>	Achat de leads	<b>28%</b>	22%
<b>8</b>	Print	<b>11%</b>	16%
<b>9</b>	Pub(Radio/TV, presse)	<b>10%</b>	18%



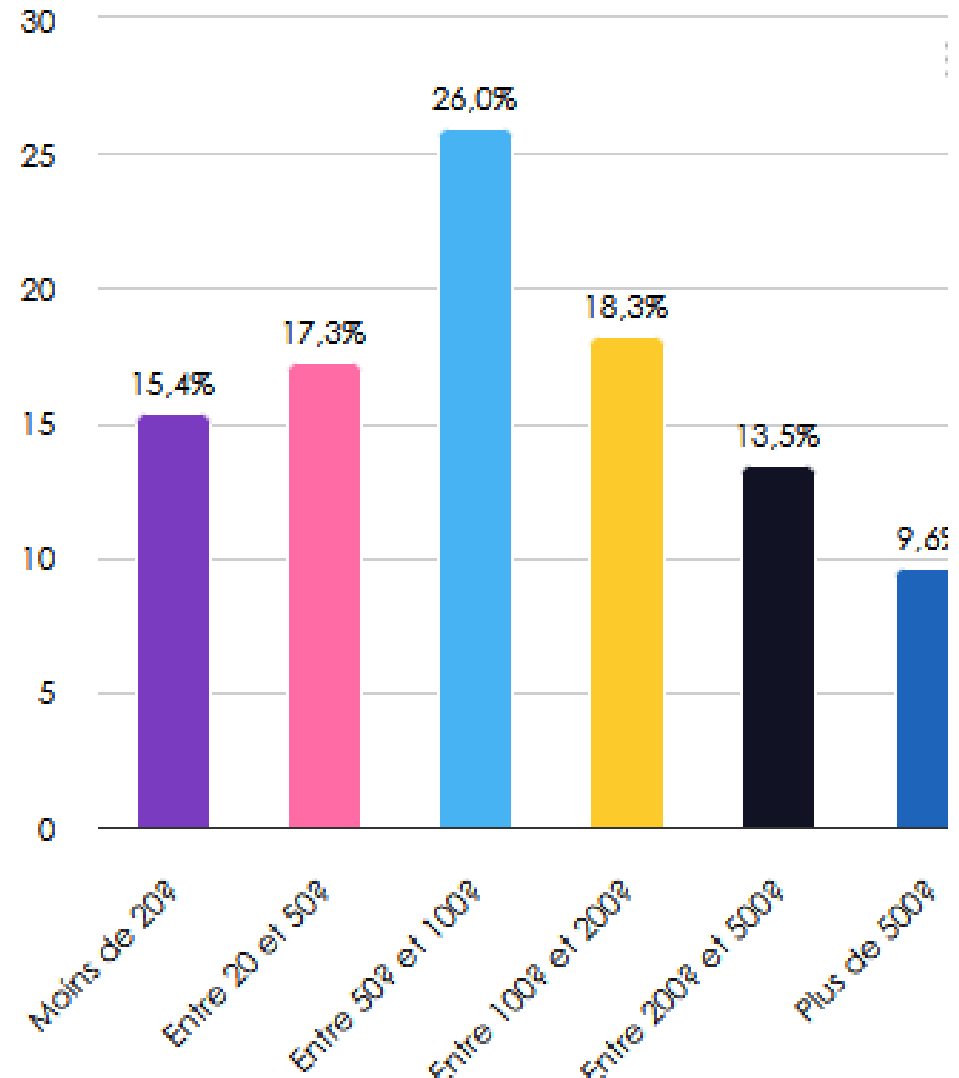
# Parmi ces supports, quels sont les plus **générateurs de ROI** ?



Dans le **TOP 5** des supports à meilleur **ROI**, on note :

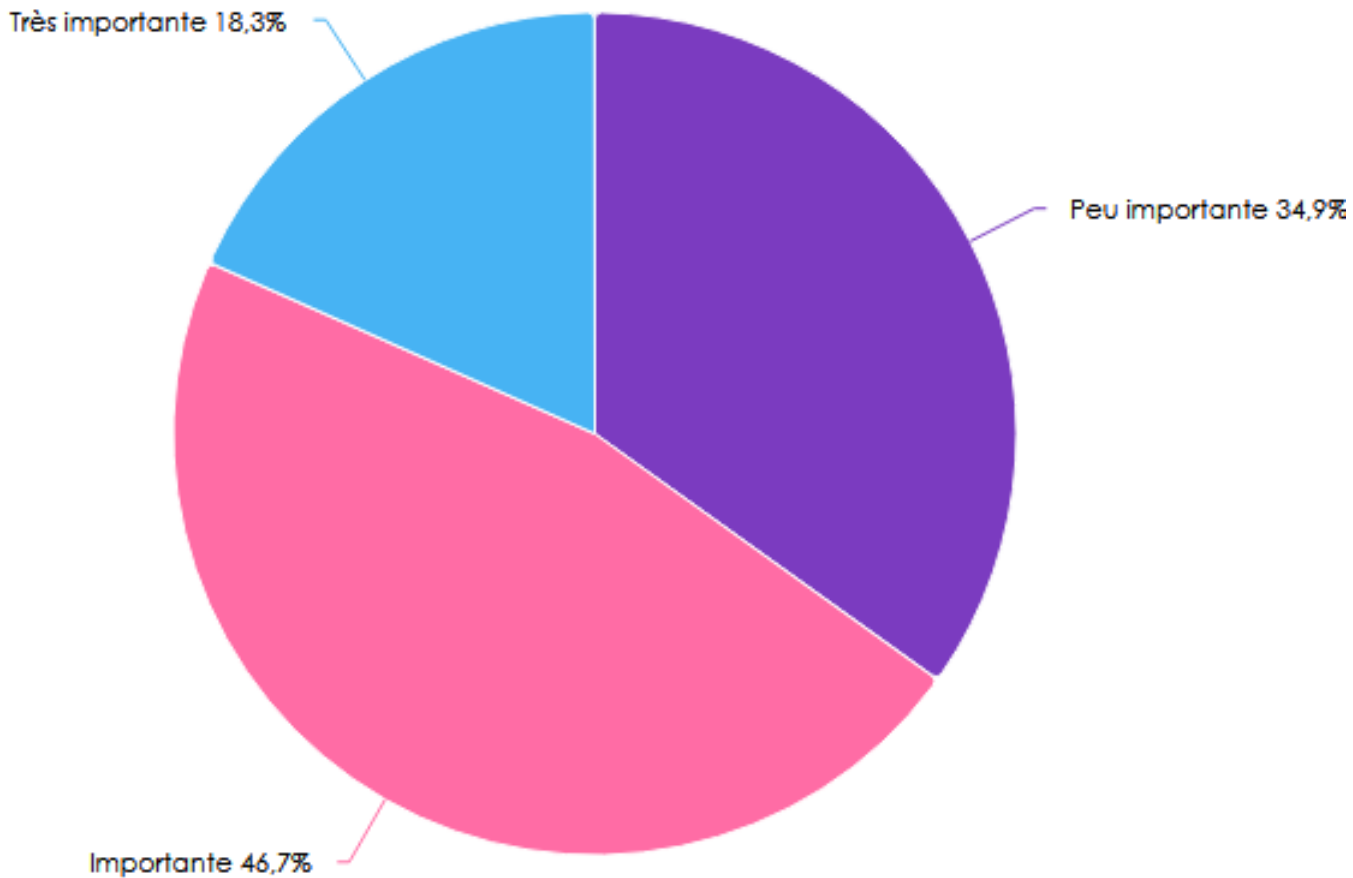
1.Evénements 2.Réseaux Sociaux 3.Search Payant 4.Site Web 5.Emailing

# Pouvez-vous estimer votre **coût par lead** B2B moyen ?



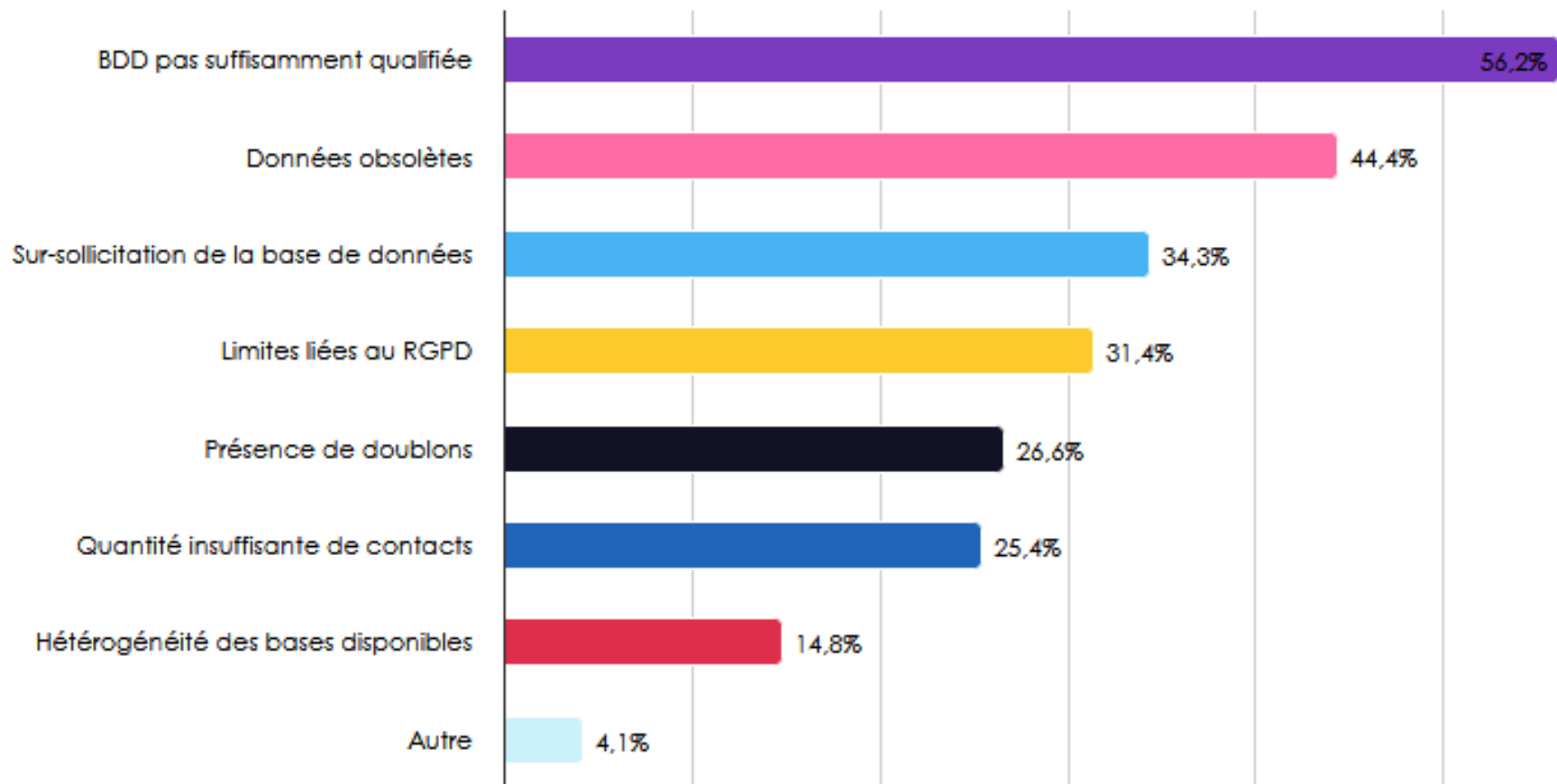
Seulement **6 responsables BtoB** sur 10 connaissent le **coût moyen d'un lead**, et **42%** de ceux qui le connaissent, l'évalue à **100€ et plus**

# Quelle est la **place de l'emailing** dans votre stratégie marketing actuelle ?



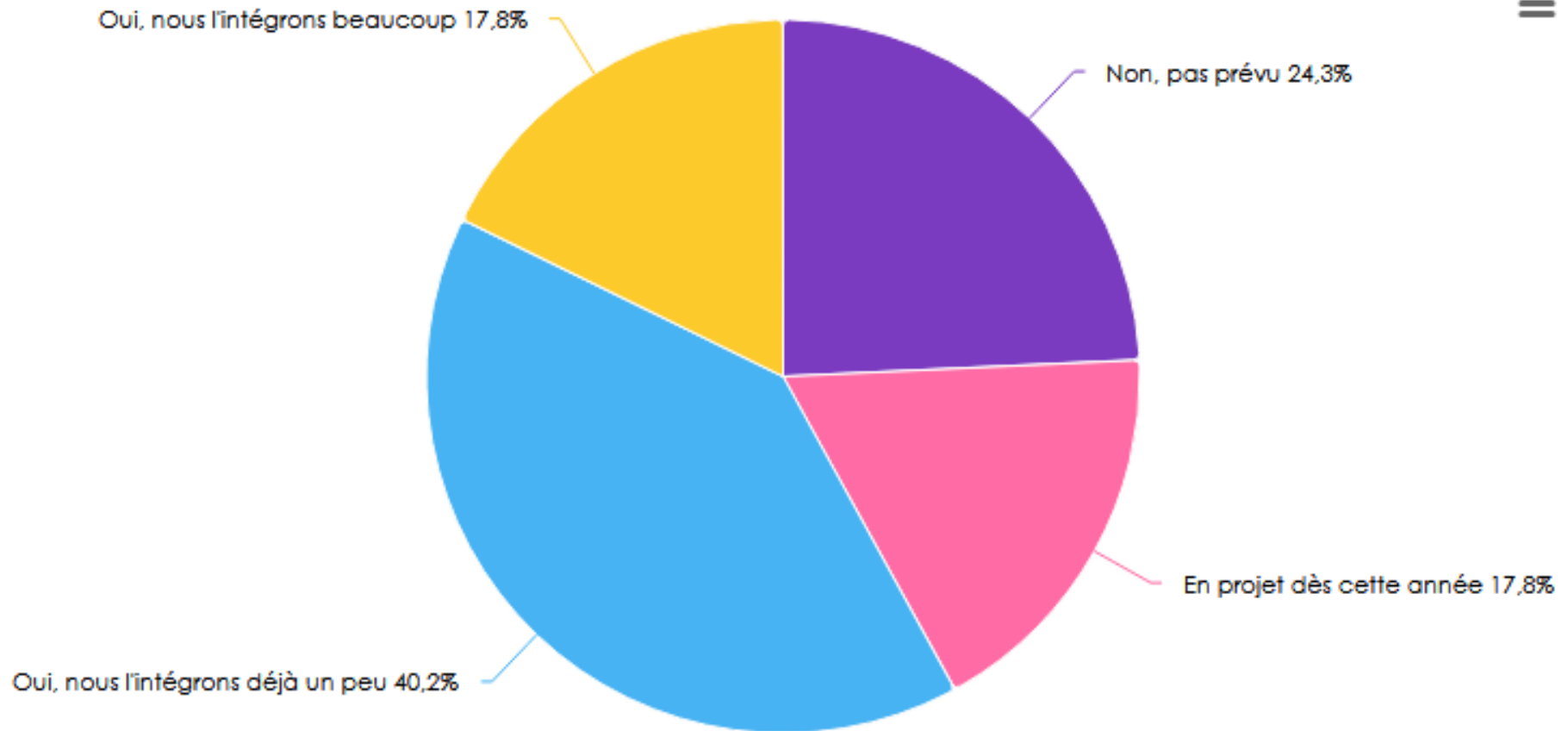
L'**emailing** reste central dans la politique marketing BtoB de **65%** des décideurs

# Quelles **difficultés** principales rencontrez-vous dans l'utilisation de vos **BDD** ?



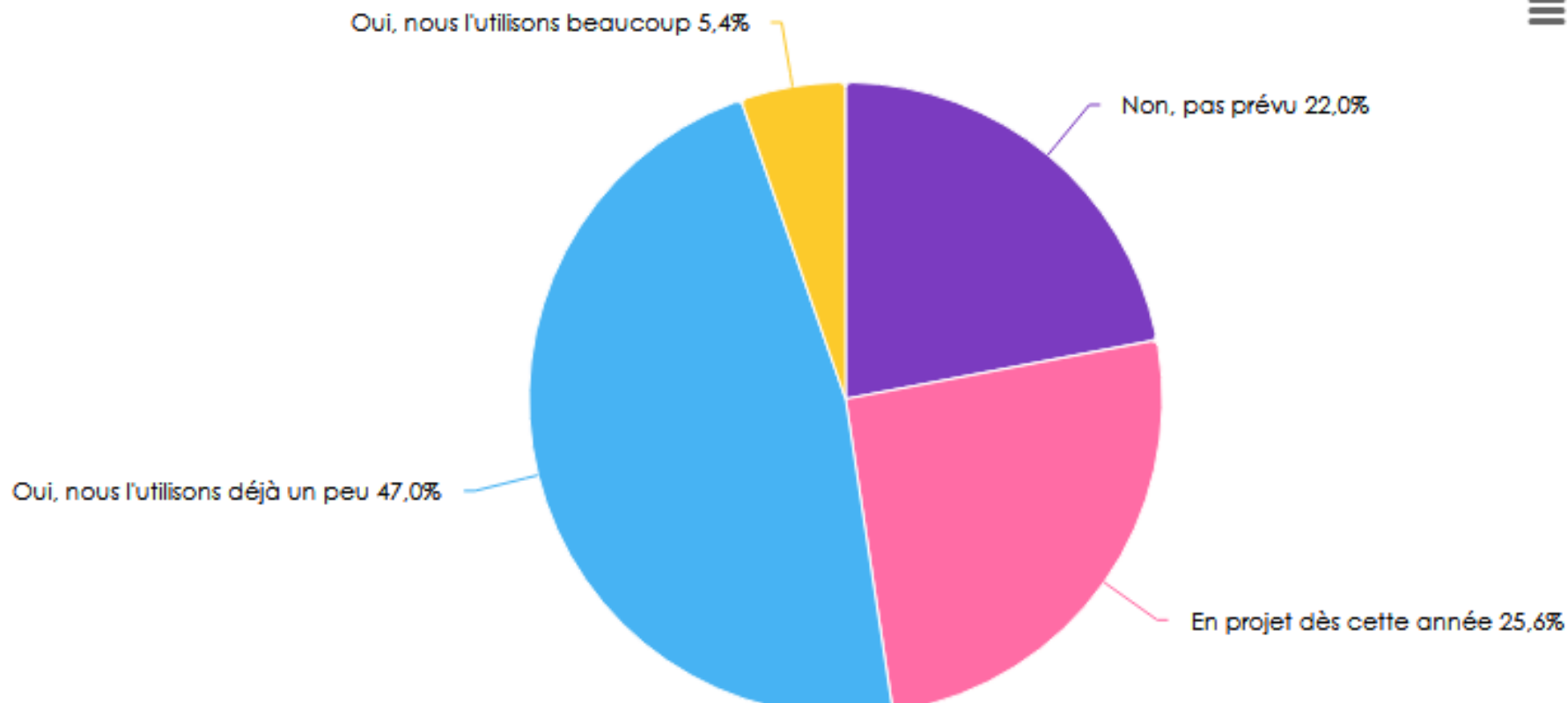
Dans le **TOP 3** des **difficultés** rencontrées avec les **BDD**, se trouvent :  
1. Défaut de qualification 2. Données obsolètes 3. Sur sollicitation

# Intégrez-vous la RSE dans votre marketing B2B en 2024 ?



Si **seulement 18%** des décideurs intègrent **beaucoup la RSE** dans leurs actions BtoB, **58%** le font **un peu** ou **prévoient de le faire** en 2024

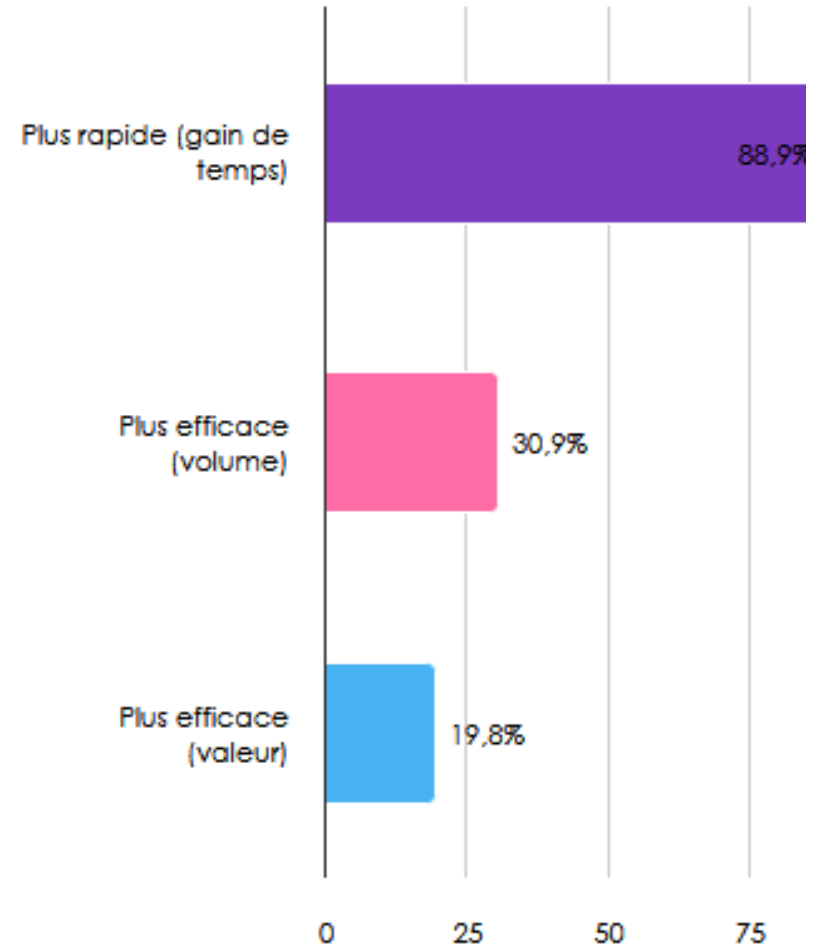
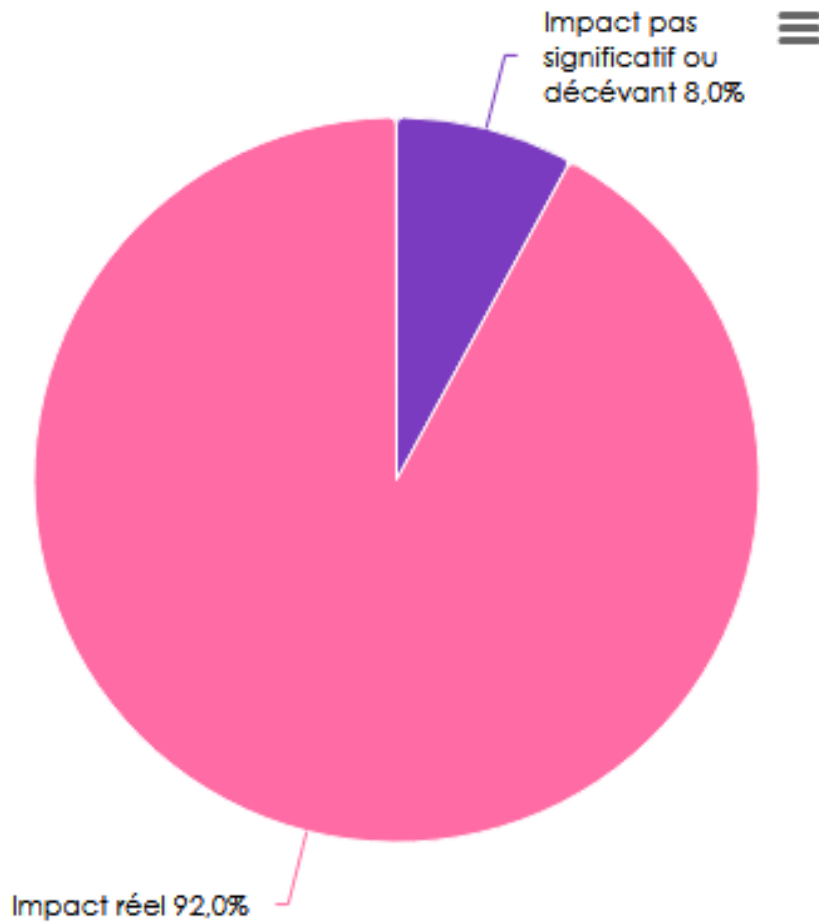
# Utilisez(erez)-vous l'IA Générative dans vos actions BtoB en 2024 ?



L'IA **générative** ça vient, mais c'est pas « **fou** » encore en avril 2024...  
**moins de 6%** des responsables BtoB l'utilisent beaucoup

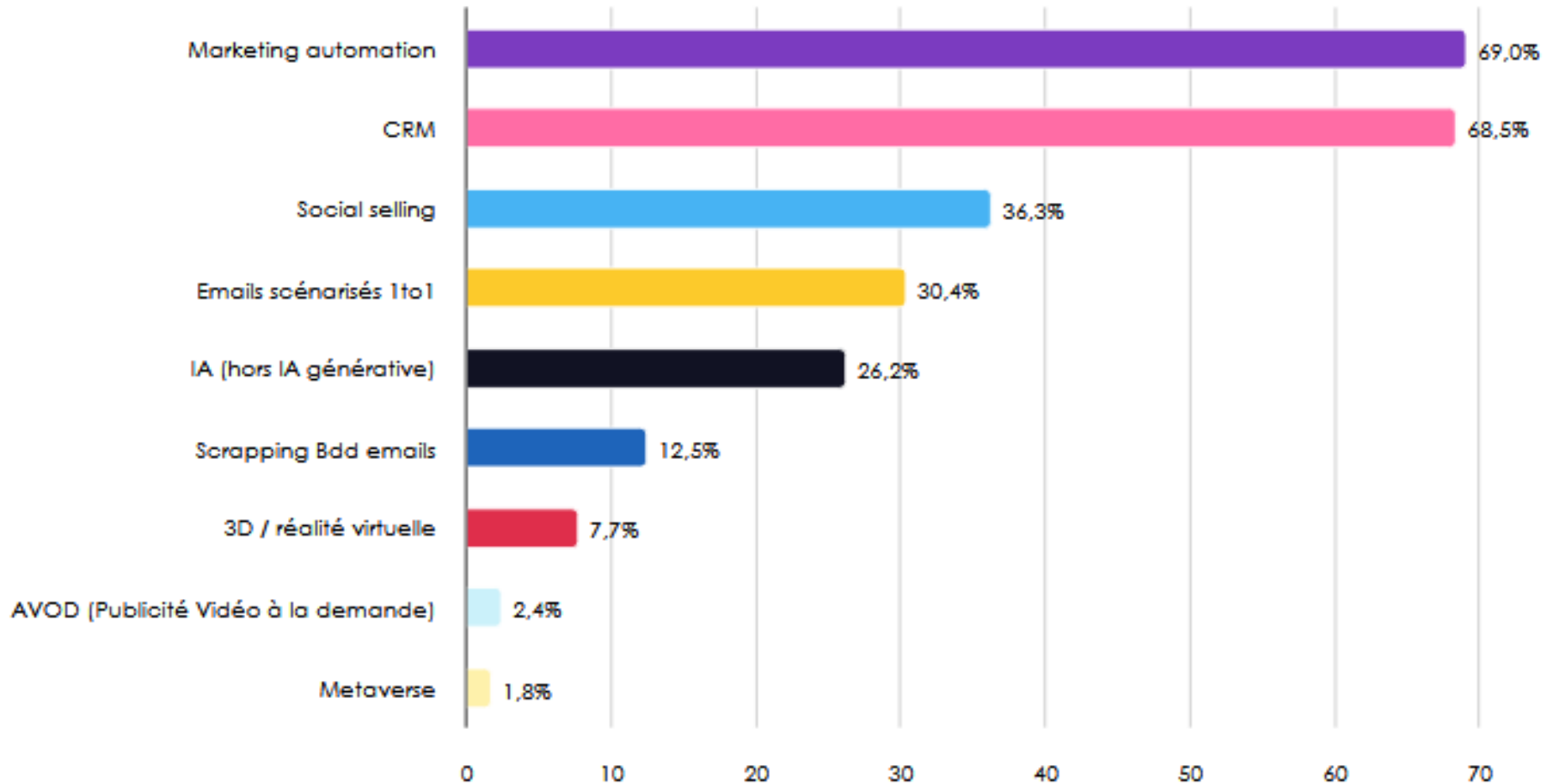
# Que pensez-vous des résultats marketing obtenus avec l'IA ?

(pour ceux qui l'utilisent beaucoup ou un peu)



En revanche **92%** de ceux qui l'utilisent (*un peu ou beaucoup*) trouvent que **l'IA a un vrai impact** et surtout en **gain de temps...**

# Prévoyez-vous d'utiliser l'une de ces technologies pour le BtoB en 2024 ?

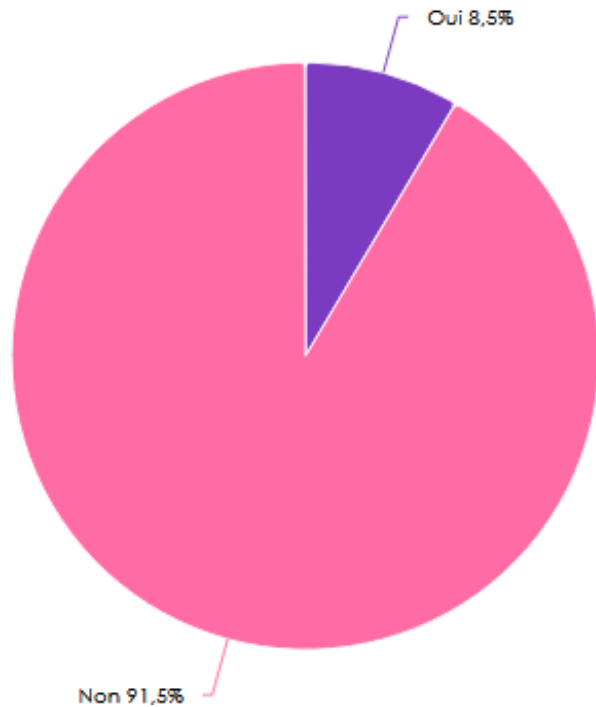


Dans le **TOP 3** des **technologies** qui seront les plus **utilisées**, on note :  
1 ex. Marketing automation et CRM 3. Social Selling

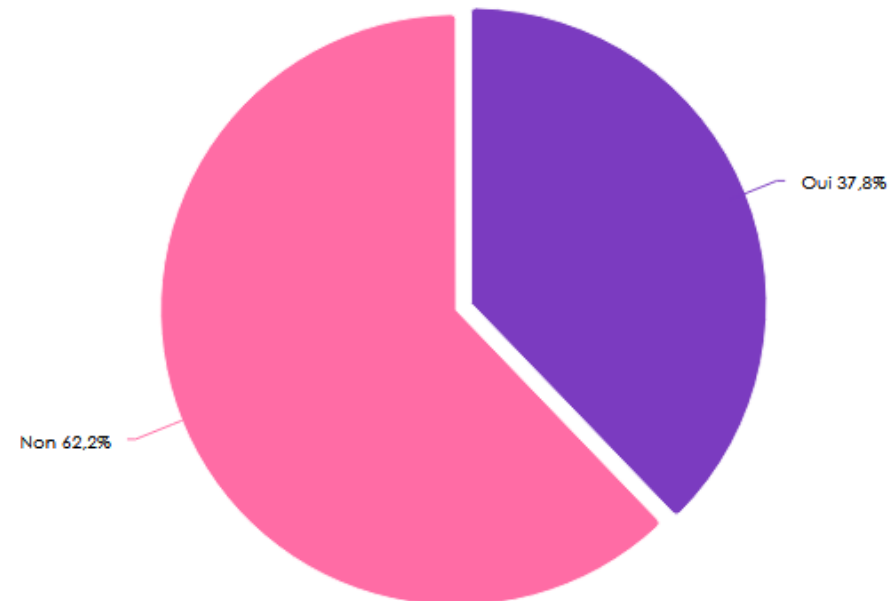


# Souhaitez-vous en savoir plus sur **Adelanto** ou le **CMIT** ?

## Adelanto BtoB



## CMIT Organisation



Le **CMIT** aura généré plus de demandes d'information ( **62 / vs 14** à Adelanto)

## En conclusion pour 2024 :

- Les **budgets et ressources** sont **stables** et **légèrement en baisse**
- Stabilité et caractère **incontournable** de l'**emailing toujours N°1** , avec croissance du **Search naturel** et des RDV 1to1; mais les BDD restent un souci majeur
- Poussée **continue** des investissements en réseaux sociaux , gestion de contenu et événementiel, avec maintien email et confirmation ABM
- La **RSE** est déjà présente et s'impose doucement
- **Plus de** technologie IA, mais encore en devenir, avec le marketing automation et le CRM plébiscités

Merci et à l'année prochaine...

*étude complète et infographie à télécharger très prochainement*