

Baromètre du marketing digital B2B en France

EDITION 2024

1

Equipe marketing



Taille de l'équipe marketing

73%

1 à 3 personnes



Priorité des marketeurs

29% considèrent le marketing comme un moteur de croissance

69% ont des objectifs quantitatifs fixés

43% seulement, ont un variable

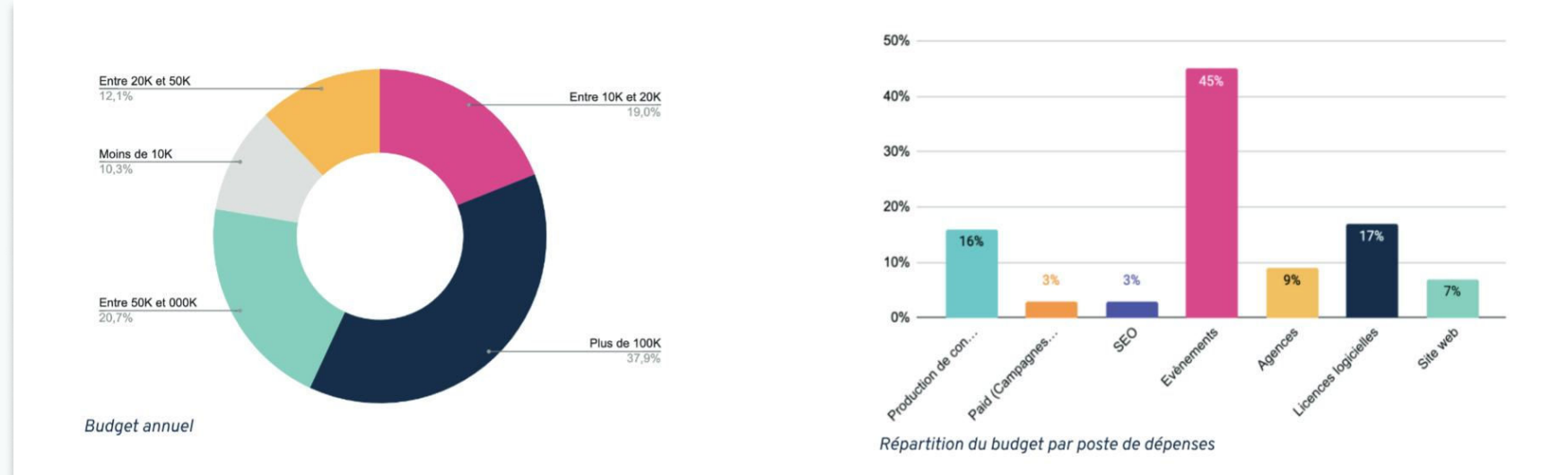


Budget entreprises B2B

42% ont gardé leurs budgets stable

41% ont augmenté leurs budgets

17% ont dû réduire les coûts



2

Marketing de contenu

En 2024

La stratégie de contenu occupe une place centrale dans la construction de la notoriété d'une entreprise B2B, juste devant les événements.

73%

des entreprises publient entre 1 et 2 articles de blog par mois

59%

des entreprises allouent moins de 5000 euros par an

11%

choisissent l'externalisation totale pour la rédaction

Pour 86%

des entreprises, le principal frein à la mise en place d'une stratégie de contenu est le manque de ressources humaines

3

Performance Marketing

Efficacité perçue des leviers marketing



EVENT

Pour **61%** des entreprises, les événements restent le canal le plus efficace pour la génération de leads.

PAID

La génération de clients est inférieure aux autres stratégies marketing, avec respectivement **20,3%** pour les MQLs, et **18,6%** pour la conversion en clients.

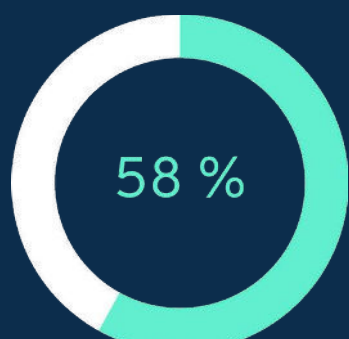
SEO

Le canal qui se distingue en générant le plus de MQLs (**59,3%**) et de clients (**45,8%**).

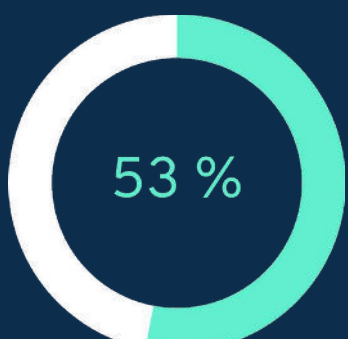
4

Marketing automation

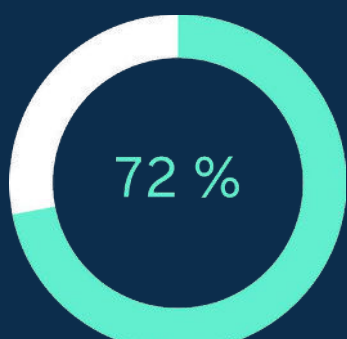
L'impact dans la stratégie marketing



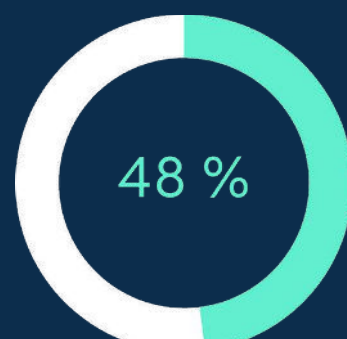
Voient un impact sur leur génération de leads



Gain de temps



d'entre eux affirment gagner entre 1 et 3 jours par mois.



Amélioration de la qualité des leads

Performance des leviers de nurturing



Newsletter

Les entreprises qui envoient des newsletters génèrent **3 fois plus de MQL**



Workflows

Plus les entreprises mettent en place de workflows, plus la performance baisse. Le taux d'ouverture des emails passent de **49%** (entre 1 à 3 workflow) à **38%** (plus de 5 workflows)



La campagne intelligente

Un trafic **57%** plus élevé que ceux n'ayant pas activé la campagne intelligente. Et génèrent, **147%** de MQL en plus (prospects chauds).

Les marketeurs ayant activé les 3 modules observent plus de **50%** de MQL en plus comparé à ceux qui n'en ont pas lancé.

En moins d'1 an, nos clients rapportent en moyenne une hausse de :

+47%
trafic

+20%
leads

+500%
MQL



Retrouvez l'étude complète sur notre site www.plezi.co