



Enjeux de l'emailing BtoB en 2022

Journée de l'emailing Vendredi 4 février 2022 – 9h30



Laurent Azieres
Directeur Associé,
Adelanto



Michel Mariet
Directeur Marketing Channel,
Oracle EMEA

Agenda

- Résultats du baromètre du Marketing BtoB 2022 (en cours) et place de l'emailing dans votre stratégie média
- 5 points d'attention pour optimiser ses emailings BtoB
- 1 exemple de campagne performante



8^{ème} Baromètre du Marketing B2B 2022

C'est un **état des lieux 2022** sur les perspectives d'investissement des Décideurs Marketing B2B – 8^{ème} édition annuelle.

- **En février 2022, une vingtaine de questions clefs sont posées** à plus de **20 000 Décideurs Marketing en BtoB** autour des choix médias, de l'emailing, des bases de données et des investissements marketing
- Près de **200 Décideurs Marketing BtoB** ont déjà répondu
(résultats finaux en mars 2022)
- Pour participer , [cliquez-ici](#) >

Médias digitaux **BtoB** les plus **utilisés** en **2022**

Médias digitaux utilisés		2022 (En cours)	2021	2020
1	Emailing	99%	99%	96%
2	Search (naturel/ payant)	89%	90%	79%
3	Réseaux Sociaux Ads	88%	88%	—
4	Webinaires	87%	94%	73%
5	Réseaux Sociaux Infl.	85%	—	—
6	Enquête en ligne	84%	82%	68%
7	Display/programmation	76%	73%	
8	Content syndication	67%	77%	63%

Autres médias **BtoB** les plus **utilisés** en **2022**

Médias offline utilisés		2022 <i>(en cours)</i>	2021
1	Création de nouveaux contenus	97%	99%
2	Conférences et séminaires	94 %	96%
3	Relations Presse	92 %	—
4	Print	87%	85%
5	Pub(Radio/TV, presse)	74%	66%
6	Telemarketing	69%	68%
7	Podcast	56%	57%

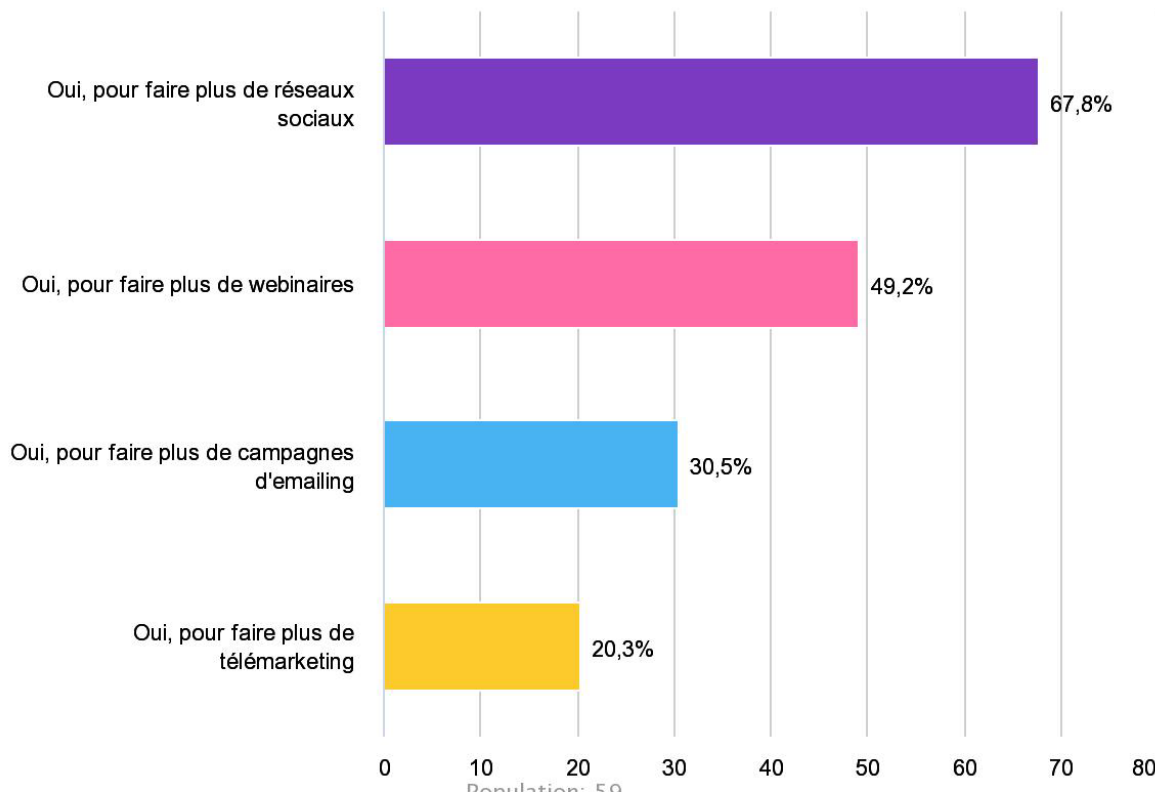
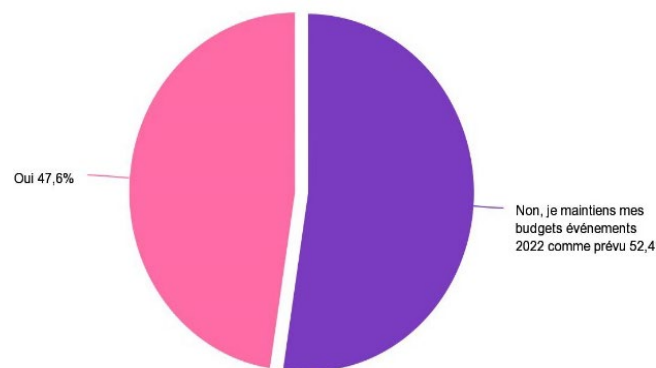
Classement des médias digitaux par hausse d'investissement 2022

Prévoyez-vous une hausse d'investissement en 2022 sur ces médias ?		2022	2021	2020
1 ^{ex}	Réseaux sociaux	72%	62%	76%
1 ^{ex}	Webinaires	52%	73%	59%
3	Search (naturel/payant)	45%	54%	56%
4	Emailing	37%	36%	41%
5	Content Syndication	35%	44%	
6 ^{ex/}	Displ./Retargeting	34%	40%	53%
6 ^{ex.}	Enquête en ligne	34%	33%	30%

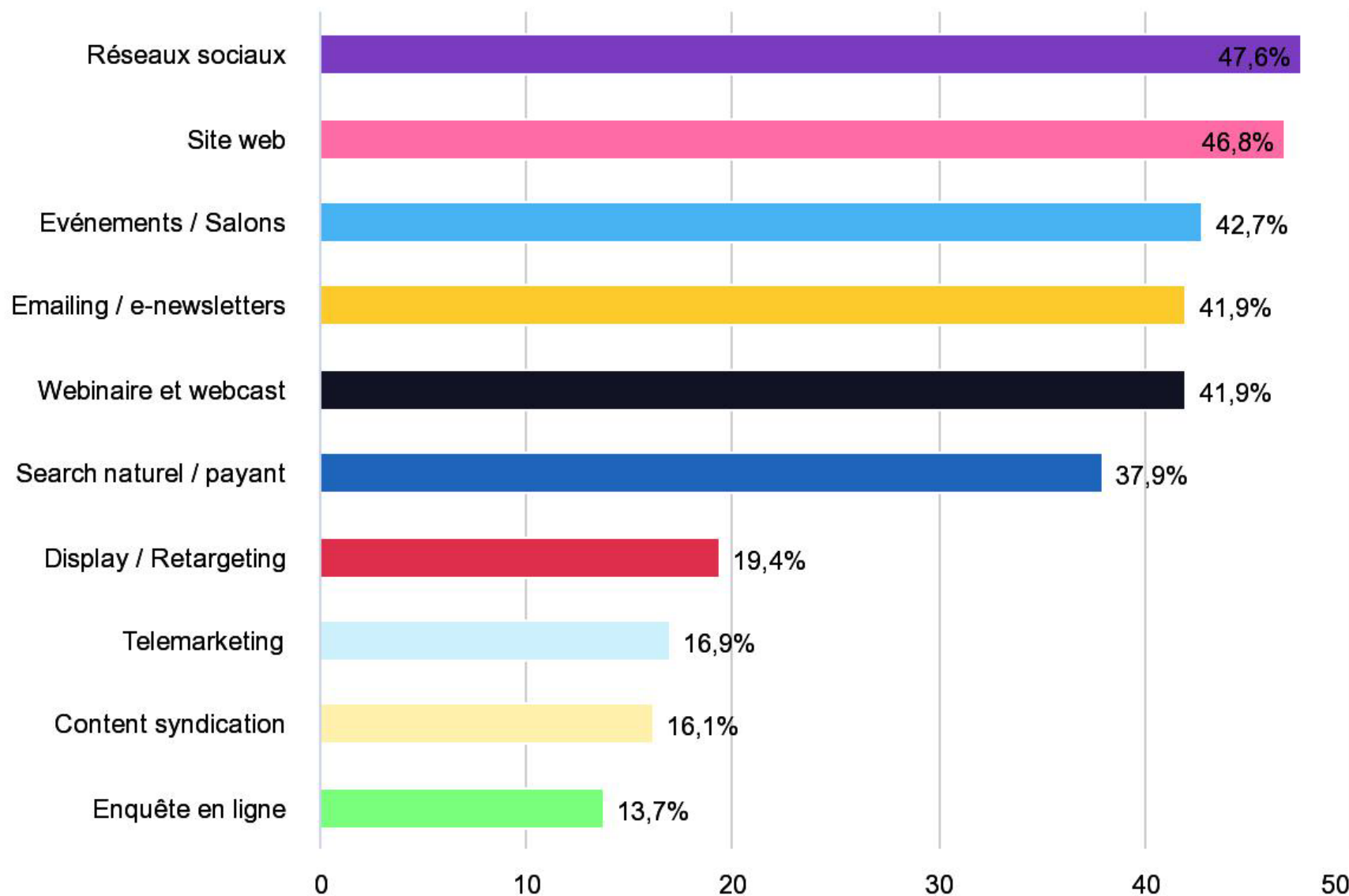
Classement des autres médias par hausse d'investissement 2022

	Hausse d'investissements Médias offline	2022	2021
1	Création de contenus	67%	71%
2	Podcast	66%	70%
3	Conférences et séminaires	37%	23%
4	RP	31%	—
5	Télémarketing	29%	33%
6	Pub. Radio/TV/presse)	27%	13%
7	Print (Mailing, PLV...)	14%	7%

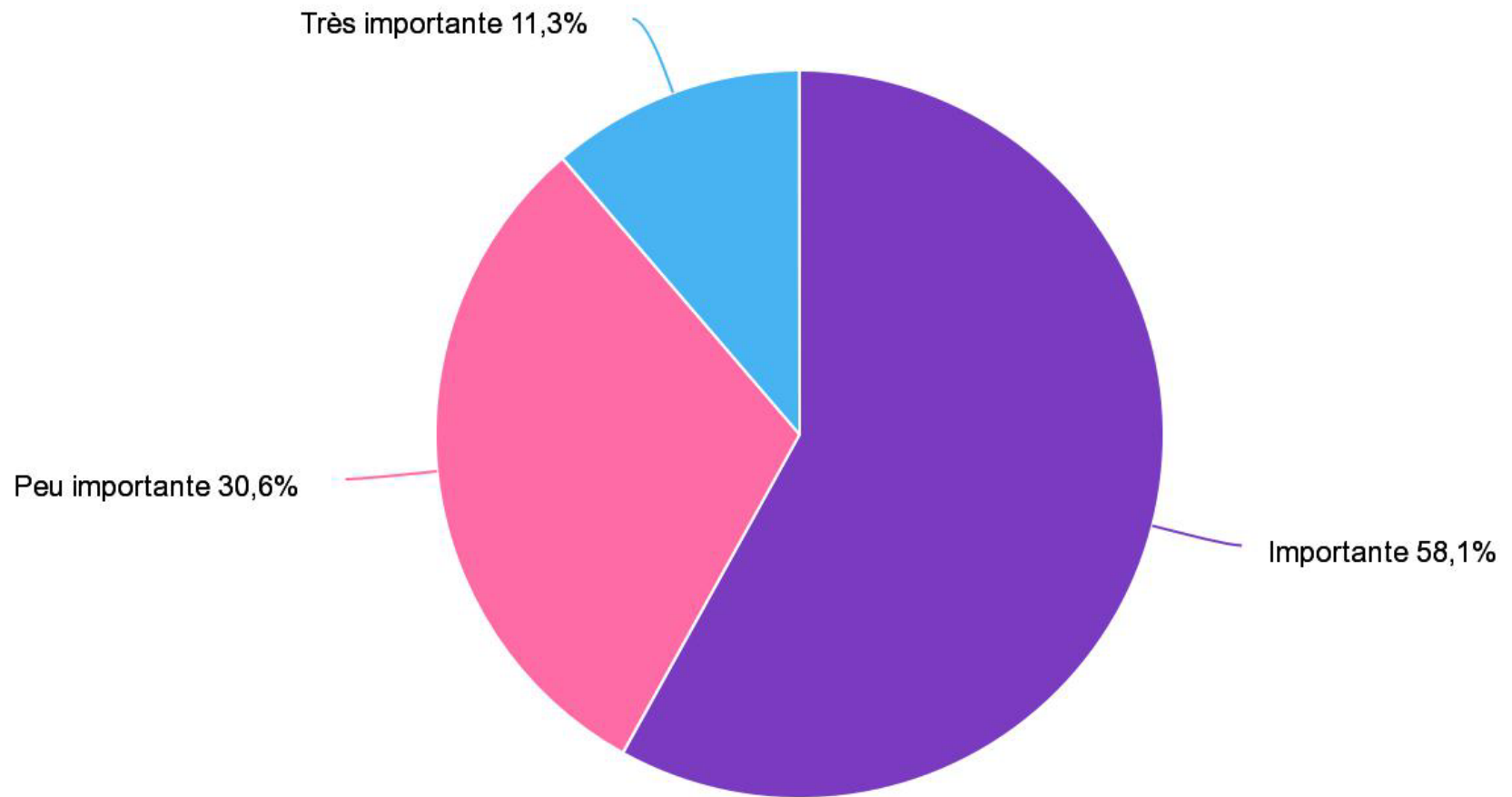
En raison de la conjoncture actuelle, allez-vous utiliser des **budgets événements 2022 pour d'autres actions** ?



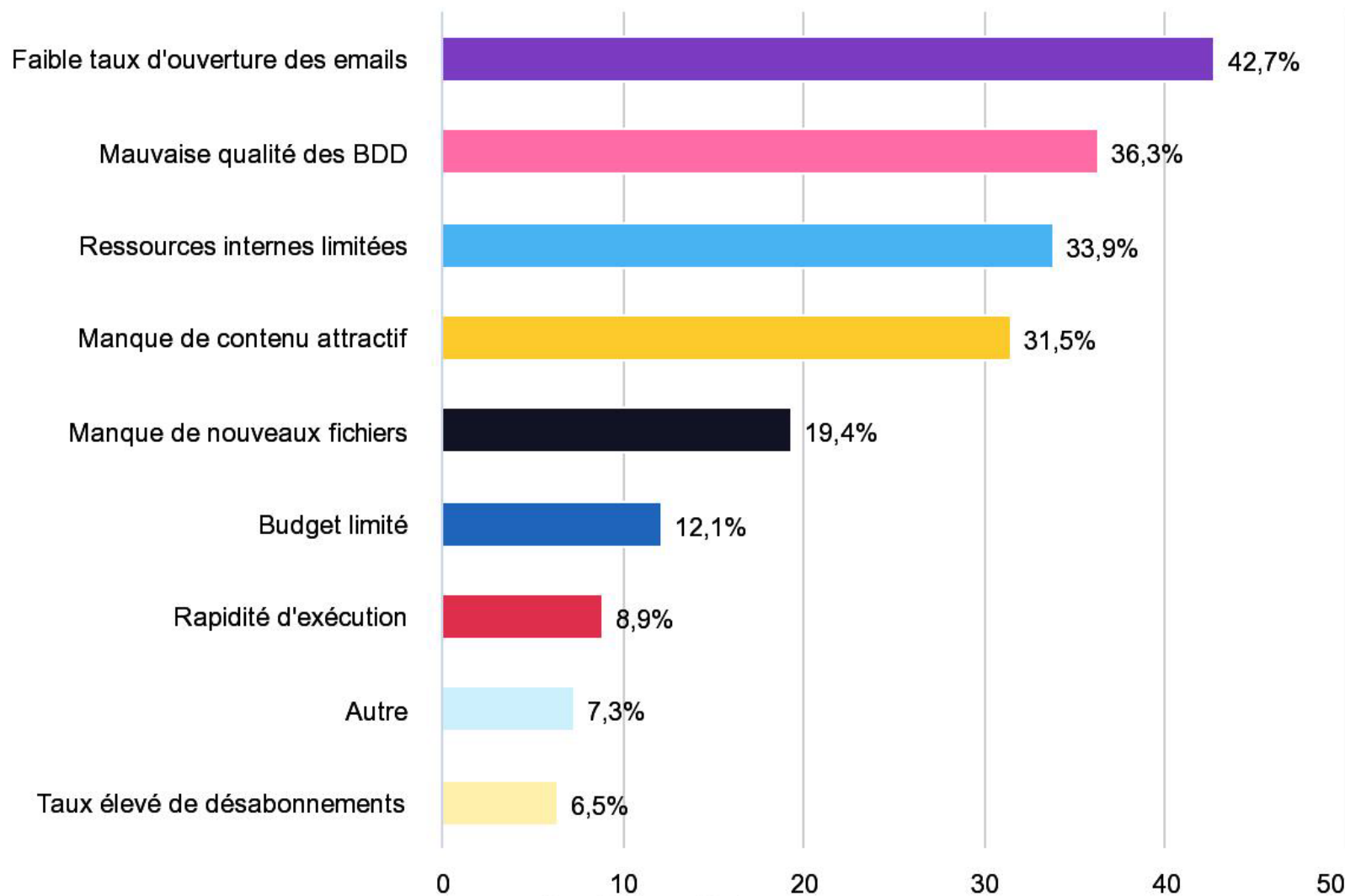
Parmi ces supports, quels seront en 2022 les plus générateurs de ROI en B2B ?



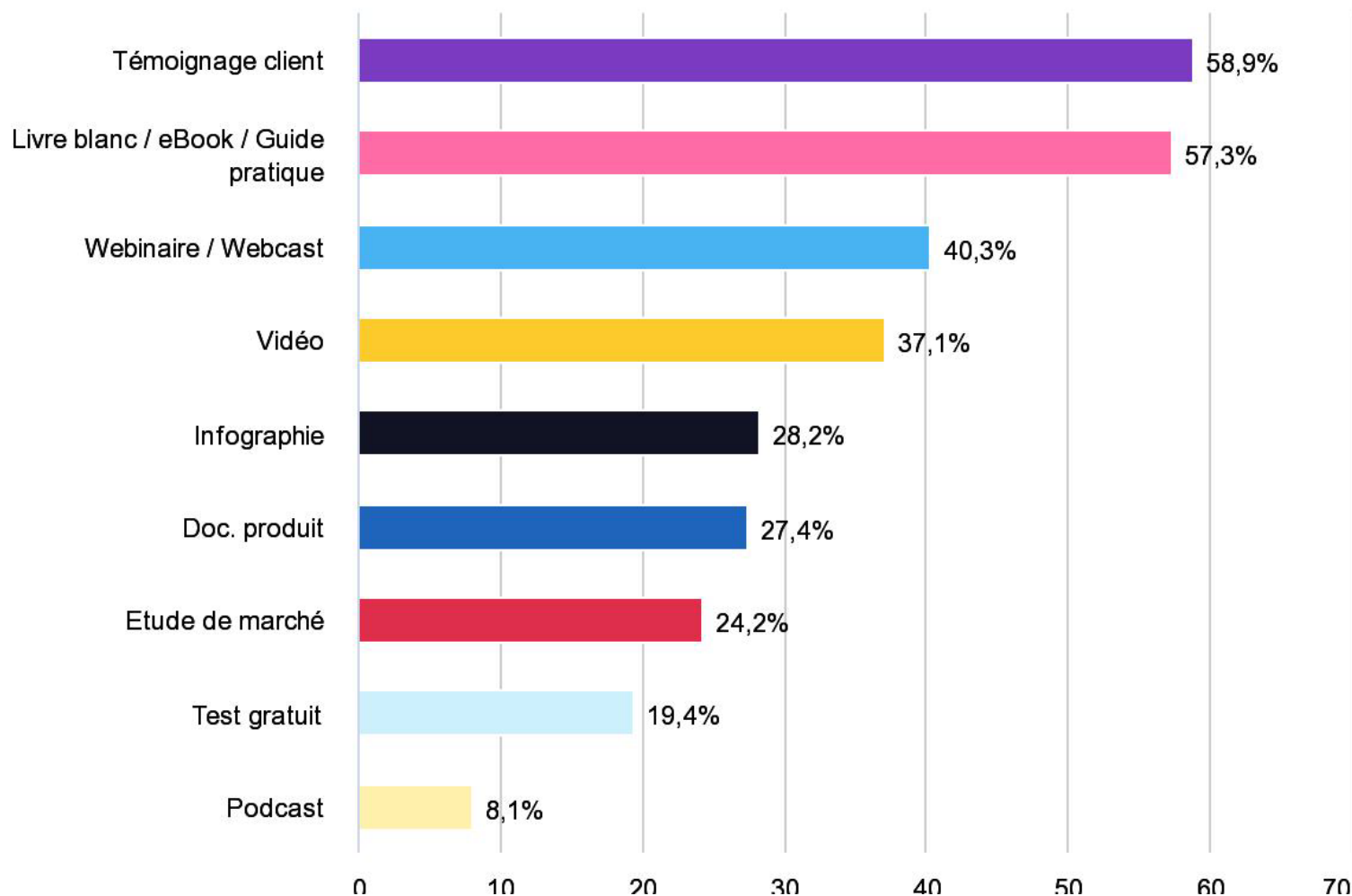
Quelle est la place de l'emailing dans votre stratégie marketing actuelle ?



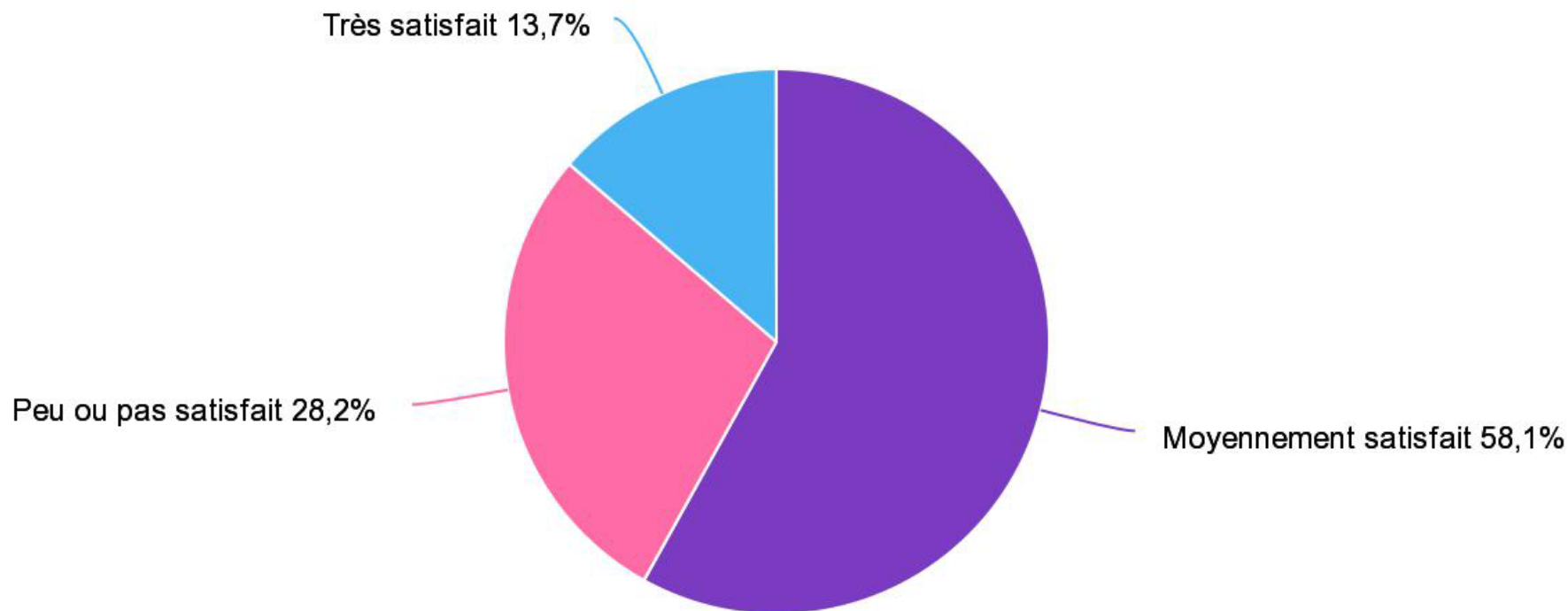
Quelles difficultés rencontrez-vous dans la réalisation de vos emailings ?



Quels contenus sont les plus efficaces pour générer des leads en emailing ?



Etes-vous satisfait de la **qualité des BDD internes** que vous utilisez pour la prospection ?

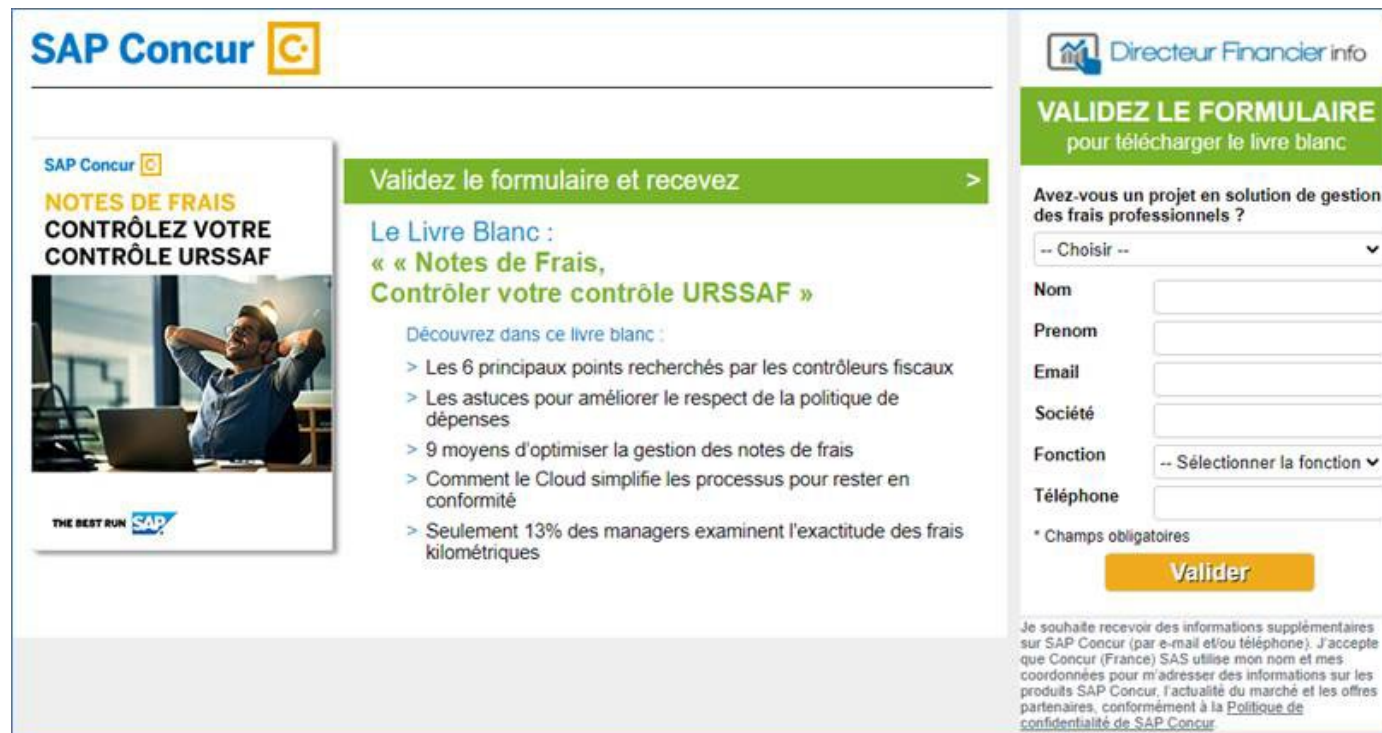


5 points à considérer pour optimiser ses emailings BtoB

- Contenu
- Cible
- Expéditeur / Sujet
- Format
- Timing

Exemple d'une campagne performante

- Newsletter : Directeur Financier Info
- Cible : 40000 DAF
- Objectif : demande d'information et identification de projet
- Format : Email Html avec 2 annonces/call for action
- Timing : 1 envoi Lundi et Mardi



SAP Concur

**NOTES DE FRAIS
CONTRÔLEZ VOTRE
CONTRÔLE URSSAF**

Validez le formulaire et recevez

Le Livre Blanc :
« « Notes de Frais,
Contrôler votre contrôle URSSAF » »

Découvrez dans ce livre blanc :

- > Les 6 principaux points recherchés par les contrôleurs fiscaux
- > Les astuces pour améliorer le respect de la politique de dépenses
- > 9 moyens d'optimiser la gestion des notes de frais
- > Comment le Cloud simplifie les processus pour rester en conformité
- > Seulement 13% des managers examinent l'exactitude des frais kilométriques

Directeur Financier info

VALIDEZ LE FORMULAIRE
pour télécharger le livre blanc

Avez-vous un projet en solution de gestion des frais professionnels ?

-- Choisir --

Nom

Prenom

Email

Société

Fonction -- Sélectionner la fonction

Téléphone

* Champs obligatoires

Valider

Je souhaite recevoir des informations supplémentaires sur SAP Concur (par e-mail et/ou téléphone). J'accepte que Concur (France) SAS utilise mon nom et mes coordonnées pour m'adresser des informations sur les produits SAP Concur, l'actualité du marché et les offres partenaires, conformément à la [Politique de confidentialité de SAP Concur](#)

Résultats après le 1^{er} envoi : **129 leads** et **15 projets**
dont 3 à moins de 6 mois, 2 à plus de 6 mois et 11 projets en réflexion

Qui sommes-nous ?

- » Agence Marketing Digital B2B, création 1994 – 28 ans
- » Spécialiste Bdd : DAF, RH, Informatique, Marketing, DG...de 50 000/100 000 u. par cible
- » Plus de 200 références : Dell, Oracle, Cegid, Sage, Adobe, Euler-Hermes, Parrot, HEC, ...
- » Emailing BtoB de génération de leads :
 - » Newsletters métier/secteur : content syndication
 - » Lead generation surveys : campagnes sur mesure
 - » Création de contenu, emailing et Bdd

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

 **Directeur Ressources Humaines** info
...ération 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