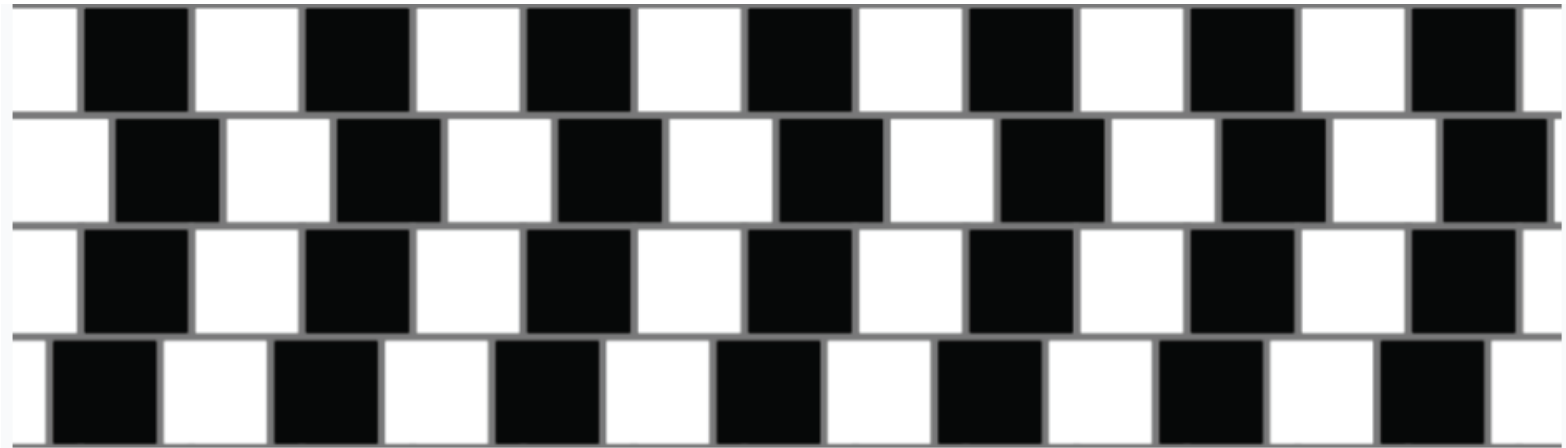


LES 3 PLUS GRANDS MENSONGES DU MARKETING B2B



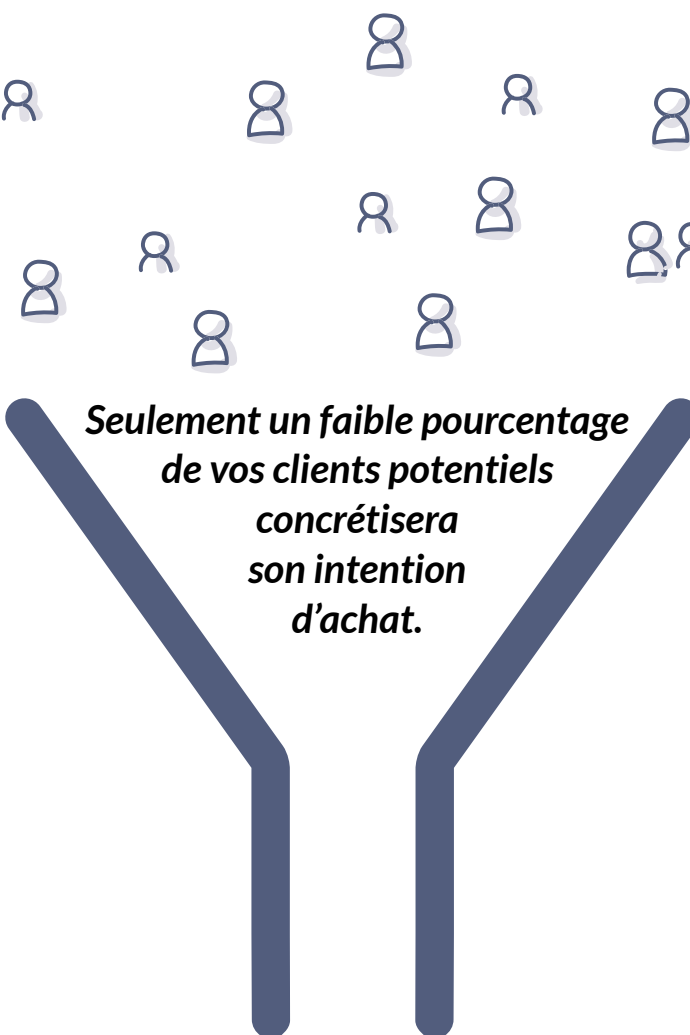
OUI. C'EST VRAI.
DE GRANDS MENSONGES MODÈLENT
NOTRE CONCEPTION DU MARKETING.

*Du nombre, trois ont fait leur chemin, insidieusement, jusqu'au cœur
de notre savoir collectif, pour devenir des concepts généralement
reconnus du marketing B2B.*

Ne vous laissez pas tromper par ces vérités mensongères. Ni distraire.



*C'est de loin notre préféré.
Une contradiction totale.*




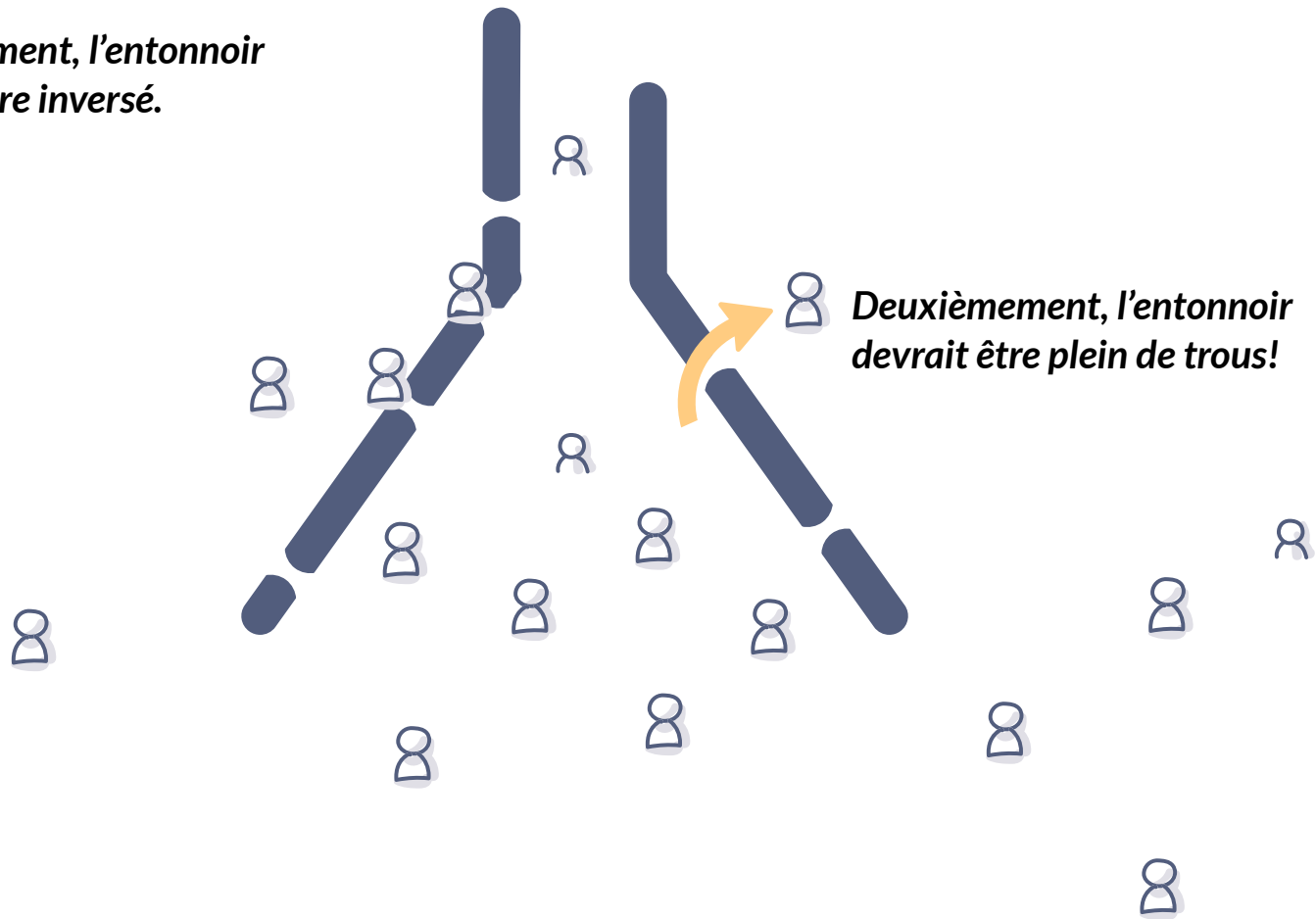
**Seulement un faible pourcentage
de vos clients potentiels
concrétisera
son intention
d'achat.**

*C'est vrai, l'image de l'entonnoir est puissante.
Mais est-elle juste?*

Non.

Pourquoi?

 **Premièrement, l'entonnoir devrait être inversé.**



Deuxièmement, l'entonnoir devrait être plein de trous!

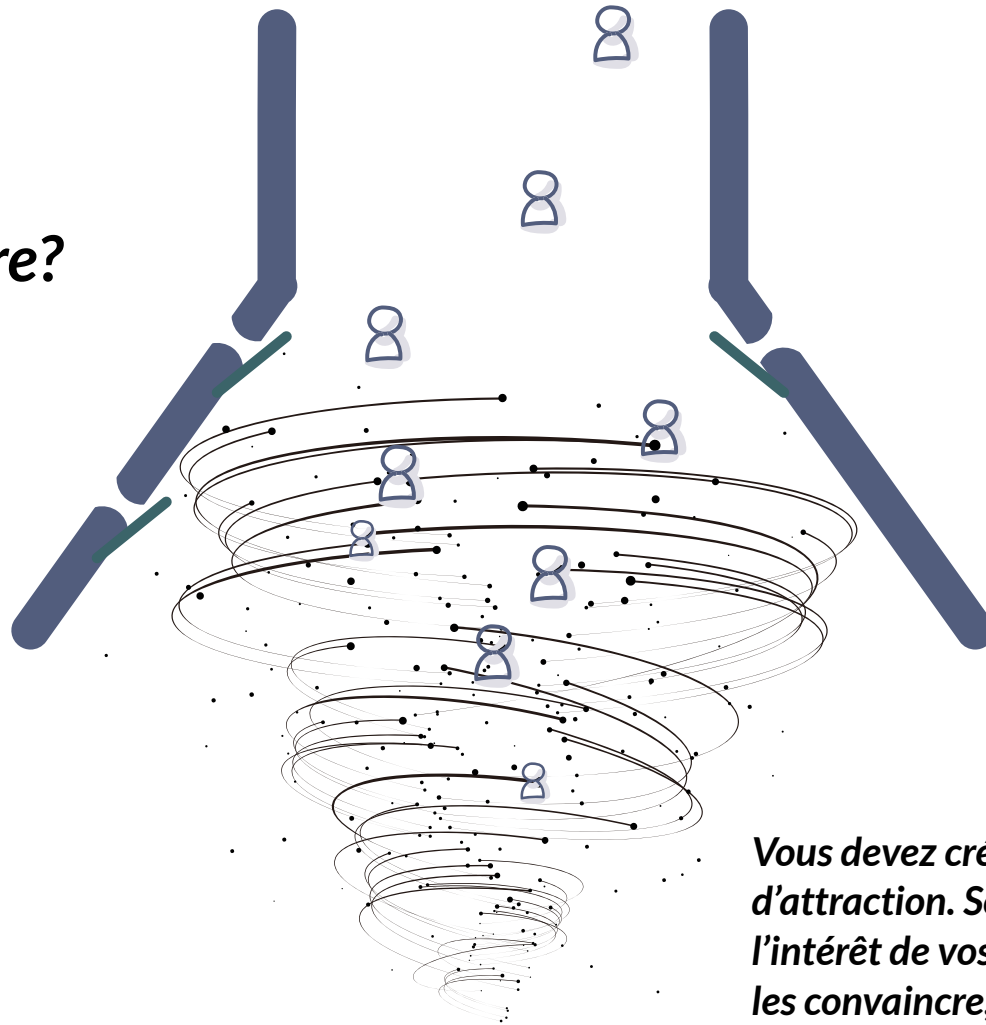


En fait, les entonnoirs de ventes B2B ne bénéficient pas de l'effet de la gravité. Aucune force naturelle, dans l'entonnoir, ne pousse les clients vers l'achat. Aucun vortex de conversion n'attire les clients, comme par magie.



De plus, les trous offrent aux clients potentiels mille et une possibilités de s'échapper.

Que faire?

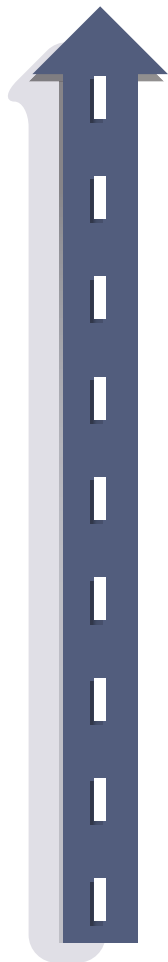


Vous devez créer votre propre spirale d'attraction. Soutenir à bout de bras l'intérêt de vos clients potentiels, les convaincre, un argument à la fois, puis les maintenir le plus loin possible des trous.

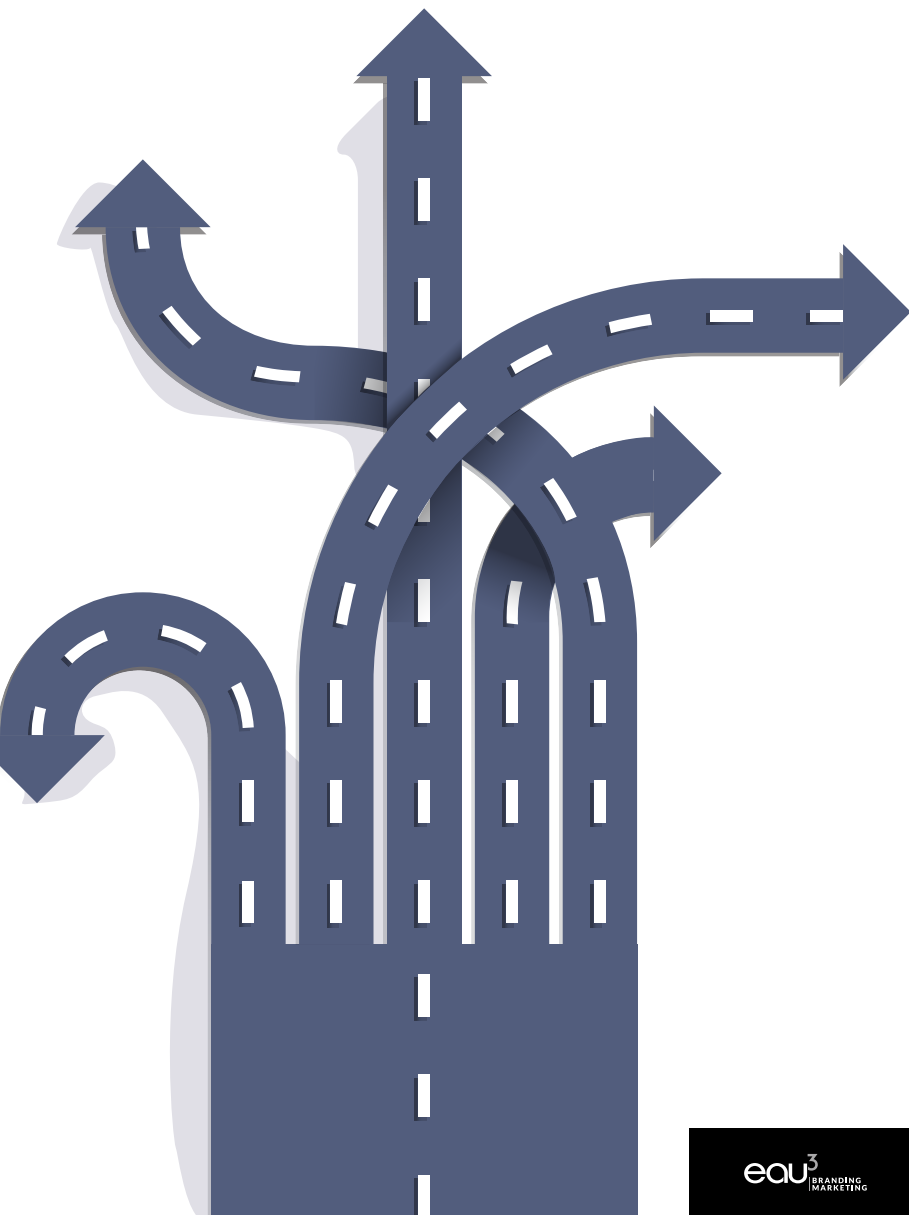
#2

LE PROCESSUS D'ACHAT





*C'est rassurant d'imaginer
le processus d'achat
comme un trajet linéaire,
avec un début et une fin.*



Malheureusement, la réalité B2B est tout autre.

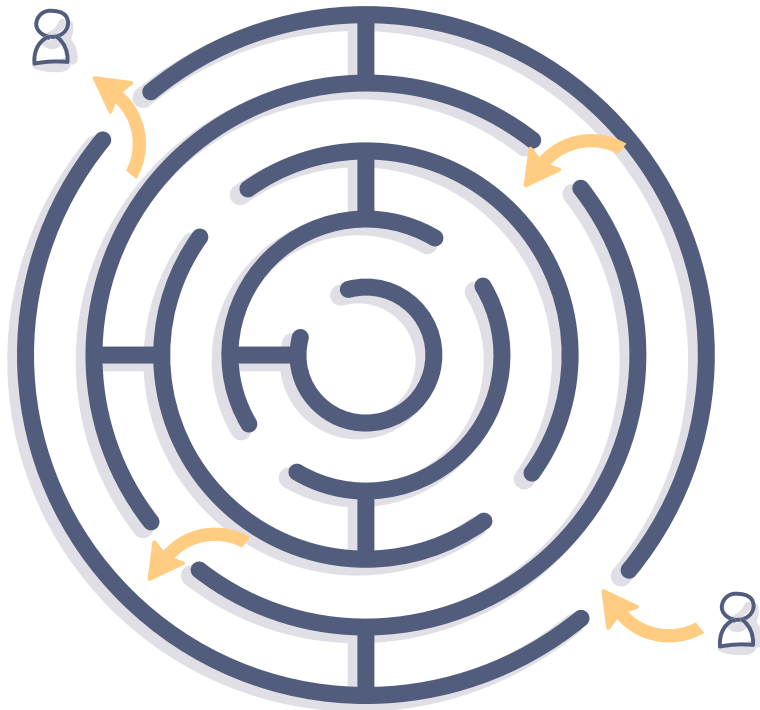
*Les processus d'achat sont circonstanciels,
intermittents et aléatoires.*

*Ils peuvent compter plusieurs faux départs.
Être imposés. Influencés. Connaître plus d'une fin.
Bref, le processus d'achat est tout, sauf linéaire.*



Le labyrinthe serait une représentation plus juste de la réalité B2B.

Un environnement complexe, où il est difficile de s'orienter, qui compte autant d'entrées et de culs-de-sac que de points de sortie.



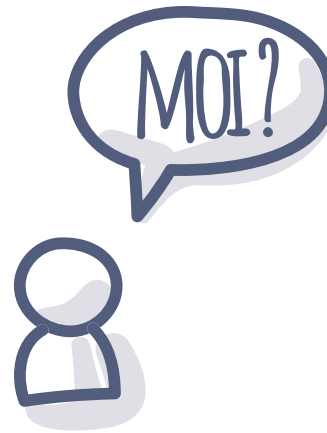
Bref, dès le départ, vous devez comprendre le processus d'achat de vos clients potentiels.

Identifier les points d'entrée par lesquels ils sont arrivés.

Guider chacun de leurs pas, pour éviter qu'ils ne s'égarent.

Et définir les voies alternatives par lesquelles ils pourront réintégrer le processus, en cas d'abandon.

*Un concept en opposition avec l'essence même du marketing B2B:
la personnalisation.*



*Comprenons-nous bien.
Nous croyons fermement à l'intention visée
par l'automatisation des communications.
Nous en sommes même de fiers partisans.*

***Toutefois, nous estimons que le pouvoir communicationnel
réside dans la personnalisation des messages et des actions.***

*L'utilisation de ce terme tend à faire croire
que toutes les communications
peuvent et doivent être automatisées.
De plus, ce terme insinue une application
simple, rapide, ne requérant que très peu d'efforts.*

ERREUR.

*L'automatisation marketing n'a de mécanique que le nom.
C'est une stratégie exigeante, fondée sur la personnalisation, dont la performance réside dans sa capacité à hyperpersonnaliser son contenu.*

**Bref, communiquer le bon message,
au bon moment, aux bonnes personnes.**

*Réussir cet exploit exige une solide structure.
Des stratégies spécifiques et des actions ciblées.
Du temps et des efforts. Du contenu pertinent et captivant.
Aucun bouton ne peut automatiser tout cela.*

Résumons:

LES ENTONNOIRS NE SONT PAS VRAIMENT DES ENTONNOIRS.

LES PROCESSUS D'ACHAT SONT TOUT SAUF LINÉAIRES.

L'AUTOMATISATION MARKETING N'EST PAS UNE QUESTION D'AUTOMATISATION.

Alors, où en sommes-nous?

Le marketing B2B consiste à aider les personnes et les entreprises à mieux performer.

À résoudre leurs problèmes et à saisir les nouvelles opportunités d'affaires.

En ce sens, l'une des meilleures façons de le faire, c'est avec du contenu unique, utile, intéressant, intelligent, cohérent et percutant.

CRÉER. INCITER. INSPIRER.

Besoin d'aide? **Appelez-nous.**

514 272-0303

eau³
**BRANDING
MARKETING**

> prenez la position de tête.

Vous aimeriez produire du contenu comme celui-ci? **Allons-y.**

EAUCUBE.COM