

Checklist pour un marketing réussi : Cochez-vous toutes les cases ?



1 Mon contenu est-il disponible sur les canaux où les acheteurs font leurs recherches ?

Les acheteurs passent beaucoup de temps sur les sites des médias indépendants, Google, les sites des fournisseurs de technologie et les journaux en ligne.



2 Est-ce que je dispose d'une variété de formats de contenu ?

Webinaires, avis technique indépendant, PDF/eBooks, examens évaluations des fournisseurs, fiches techniques des produits, rapports d'analystes.



3 Mon contenu répond-il aux besoins des acheteurs potentiels ?

Études de cas /cas pratiques, prix et retour sur investissement, caractéristiques du produit, comparaisons, exigences techniques.



4 Volume du contenu : 12 documents au minimum.

En moyenne, les acheteurs consomment au moins 12 éléments de contenu répartis sur 5 types de contenu pour établir une liste restreinte de fournisseurs.



5 Est-ce que j'exploite le contenu fourni par des tiers ou des analystes dans le cadre de ma campagne ?

Les sites/contenus d'analystes sont la première référence sur laquelle les acheteurs s'appuient le plus.



6 Mes campagnes incluent-elles le personnel, les spécialistes ou toute autre personne impliquée ?

77% des responsables IT affirment que leur équipe est plus impliquée dans le processus d'achat qu'elle ne l'était auparavant.



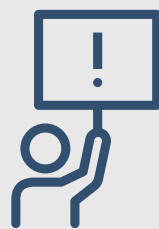
7 Est-ce que je parviens à faire connaître ma marque ?

Les acheteurs de produits technologiques sont plus enclins à télécharger le contenu d'une marque qu'ils reconnaissent.



8 Est-ce que je crée du contenu pour répondre aux besoins de mes clients actuels ?

Les clients souhaitent bénéficier d'une assistance continue sur les produits, qu'il s'agisse des meilleures pratiques, de l'utilisation des outils ou des informations sur les nouvelles fonctionnalités et capacités.



9 Est-ce que je propose des démonstrations/formations sur mes chaînes multimédias ?

74 % déclarent vouloir des démonstrations/formations de produits sur support vidéo.



10 Est-ce que j'organise des webinaires ?

Les acheteurs sont plus susceptibles de travailler avec vous après avoir visionné votre webinaire. Ils entreprennent en moyenne 2 à 3 actions supplémentaires, notamment la visite de votre site web ou le téléchargement de contenu supplémentaire



Quel est votre score ?

A

9-10 cases cochées

B

7-8 cases cochées

C

5-6 cases cochées

D

3-4 cases cochées

E

1-2 cases cochées

Pour plus d'informations sur l'enquête conso média 2024 ou pour découvrir comment TechTarget peut vous aider à développer votre contenu et votre audience, contactez un expert dès aujourd'hui.