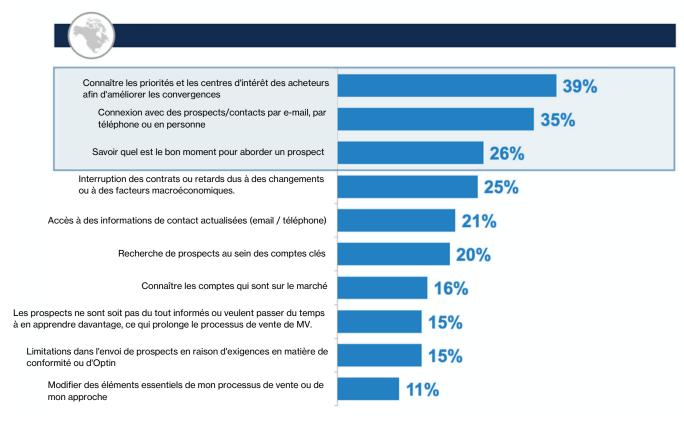
Etude CMO et Datamarketing: la clé est dans les données

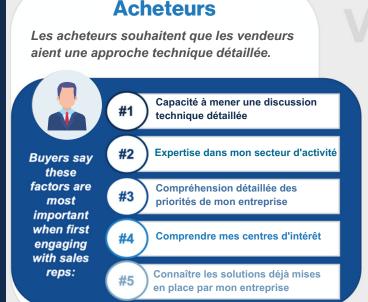
Dans le monde complexe du commerce, l'alignement entre fournisseurs et acheteurs est essentiel pour surmonter les défis commerciaux majeurs. Les fournisseurs font face à la difficulté de comprendre les priorités des acheteurs, créant un défi lorsque les informations recherchées par ces derniers sont difficiles à obtenir. Cette discordance souligne l'importance cruciale de trouver des solutions innovantes pour favoriser une collaboration efficace et répondre aux besoins changeants du marché.

Les fournisseurs ont BESOIN de connaître les priorités des acheteurs pour relever leurs principaux défis commerciaux



TechTarget - 2023 Etude CMO et Data Marketing

Quand les informations que veulent les acheteurs sont celles que les fournisseurs ont du mal à leur fournir...



Vendeurs

Le principal défi pour les vendeurs est de connaître les priorités des acheteurs afin de pouvoir échanger avec eux.

Connaître les priorités et les centres d'intérêt des acheteurs pour mieux les convaincre

Savoir quel est le bon moment pour

de licenciements, de rotation du personnel,

aborder un prospect

de facteurs macro-économiques

Connexion avec des prospects en direct (par email, par téléphone ou en personne)

Sellers sav

#2

#3

#4

the hardest parts of digital selling

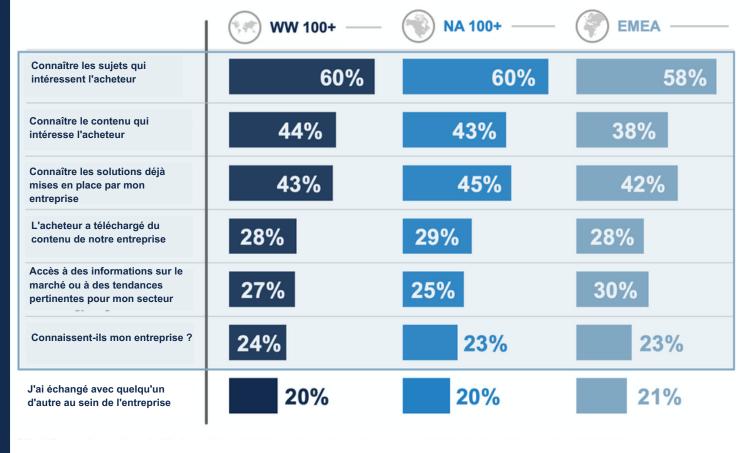
Accès à des informations de contact actualisées (e-mail/téléphone)

#5

TechTarget - 2023 Etude CMO et Data Marketing

... Mais que les marketers veulent désormais absolument pouvoir leur procurer

Parmi les informations ou caractéristiques suivantes, quelles sont celles qui ont le plus de valeur ou d'efficacité pour le service commercial lorsqu'il est en contact avec un acheteur ? (Choisissez 3 réponses au maximum)



TechTarget - 2023 Etude CMO et Data Marketing