

Fait réel ou fiction : l'expérience d'achat B-to-B dans le digital

Menée depuis 15 ans, l'étude sur la consommation des médias de TechTarget donne des indications précieuses sur les pratiques d'achat des acheteurs de technologies, en fonction des dernières tendances du marché. Découvrez les résultats obtenus auprès de plus de 500 professionnels de la région EMEA, avec une toute nouvelle composante cette année : " la perception des spécialistes du marketing par rapport à la réalité des acheteurs ".

Dans cette infographie, nous examinons le besoin toujours croissant des acheteurs de trouver des informations sans argumentaire de vente intrusif et vous donnons des conseils pratiques sur la façon de concevoir votre stratégie marketing digital pour répondre à ce changement dans la façon dont vos acheteurs recherchent des solutions.

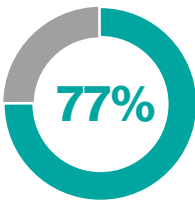
La recherche d'information par les acheteurs répond à des besoins de plus en plus critiques, faisant de la communication digitale un impératif de plus en plus élevé

6hrs 59 mins

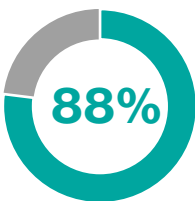
le temps moyen passé en ligne par les ITDM **chaque jour**.

13 contenus fournisseurs

Ce que les acheteurs consomment en Moyenne **par mois**.



Des acheteurs IT B-to-B affirment pouvoir désormais créer une shortlist uniquement à partir de contenus digitaux.



Des acheteurs estiment que dans un monde idéal ils seraient quasiment indépendant à 100% des forces de vente fournisseurs.

Conseils de pros :

- Le marketing digital est plus important que jamais auparavant
- Il est difficile de suivre le rythme des solutions innovantes proposées par les fournisseurs de technologies
- Plusieurs solutions pour résoudre un problème signifie d'abord plus de recherches en ligne
- Les ITDM recherchent toujours plus de contenus techniques.
- Besoin urgent de vous différencier et de rester dans l'esprit des acheteurs tout au long du processus de recherche

Source: <https://www.marketingcharts.com/industries/business-to-business-112579>

2022 Media Consumption Report: France

Ce que les acheteurs attendent d'un commercial fournisseur... ...avec leurs propres mots !

“Dans 95% des cas les commerciaux n’ont aucune idée de ce qu’est notre entreprise et de ce qu’elle fait...”

-Technology Manager

“Je ne cherche pas un pitch commercial, je cherche un partenaire”

-Director, IT Infrastructure and Cloud Operations

“Lors de la recherche initiale, je préfère me familiariser avec les technologies avant d'être influencé par une solution spécifique..”

-Technology Manager

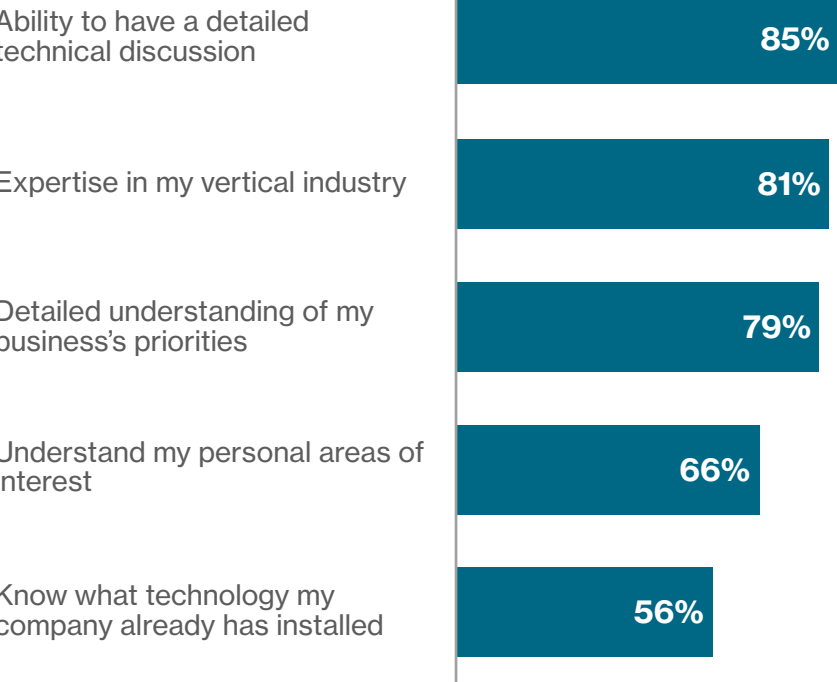
“Lors de la recherche initiale, je préfère me familiariser avec les technologies avant d'être influencé par une solution spécifique..”

-Technology Staff

2022 Media Consumption Report: France

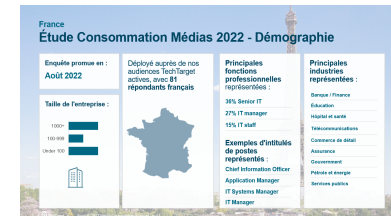
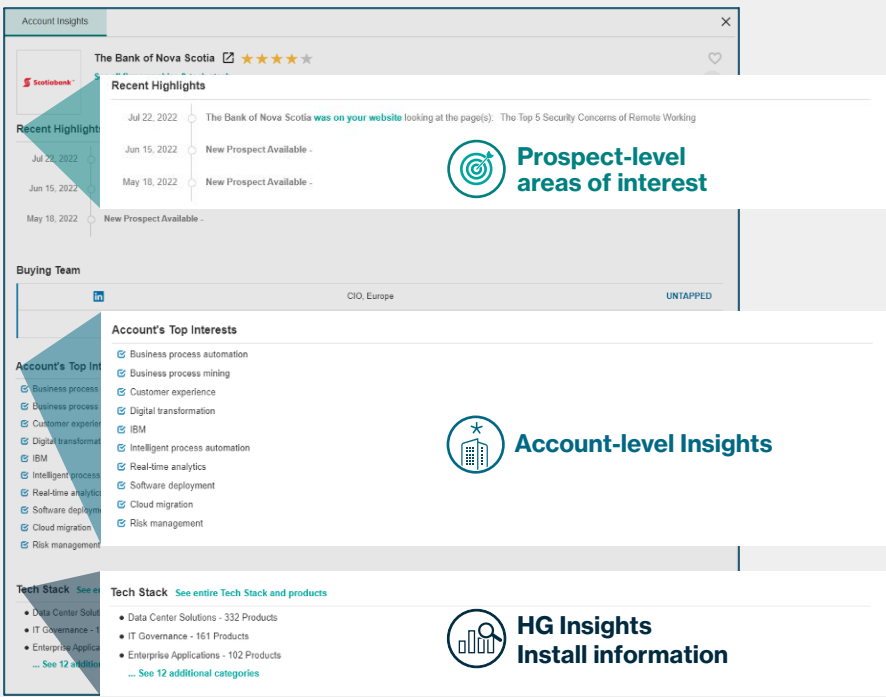
Des attentes élevées dès le premier engagement

Si un commercial fournisseur souhaite vous engager, quelle importance revêtent les éléments suivants en termes de valeur ajoutée lors de la première interaction ?



2022 Media Consumption Report: France

Comment Priority Engine vous aide



Contactez corpmarketingfr@techtarget.com pour obtenir les données détaillées de l'étude et pour programmer un rendez-vous avec nos experts.

Lire les résultats