

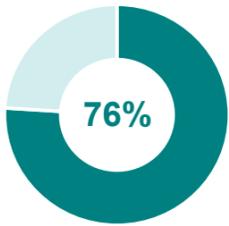
On exagère trop souvent le niveau de la fatigue digitale !

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 ".

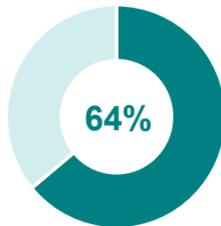
Dans cette infographie, nous partageons notre point de vue sur la fatigue digitale des professionnels de l'informatique lorsqu'ils effectuent des recherches d'achat en ligne. Et comment les spécialistes du marketing peuvent encore saisir l'opportunité d'engager les acheteurs IT via les canaux digitaux.

La réalité de la fatigue digitale au sein de l'équipe d'achat IT

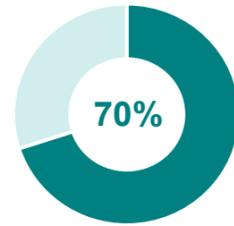
Conduire des recherches en ligne



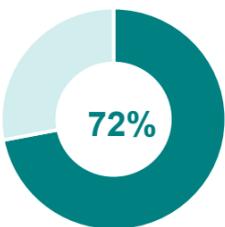
Lire des articles ou des blogs experts



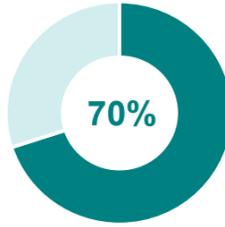
Discuter à travers des outils collaboratifs



Exploiter les réseaux sociaux



Ecouter des podcasts



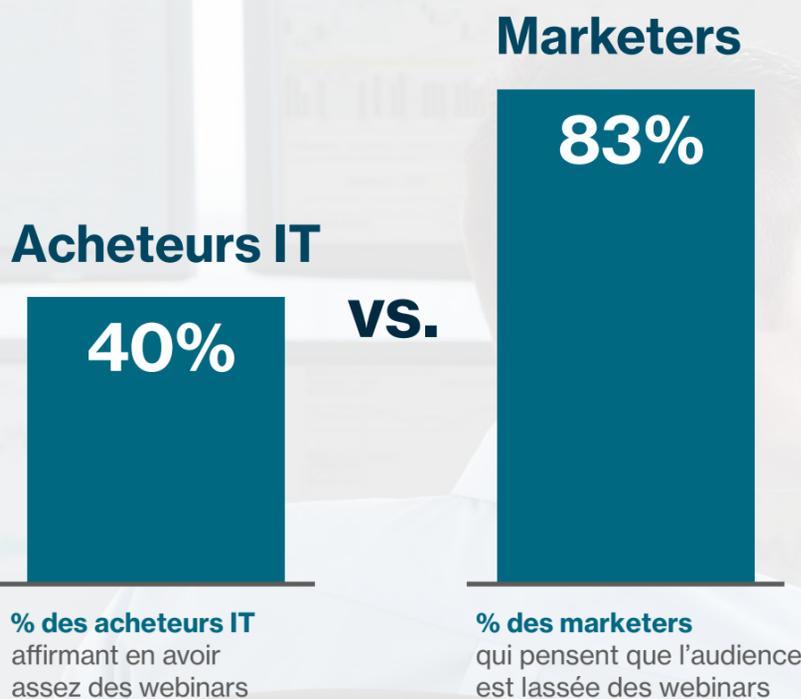
Utiliser les outils de visio pour des échanges internes



■ Pas lassé ■ Lassé

Source : 2022 Media Consumption Report: France

Les acheteurs IT continuent de s'intéresser aux webinars ; plus que ne le croient les marketers...



Source : 2022 Media Consumption Report: France

Idée reçue

3.65

Le nombre de webinar par mois auxquels en moyenne est invité un ITDM

vs.

Dans la réalité...

9.44

Le nombre de webinar par mois auxquels les marketers pensent que les ITDM sont invités.



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

[Lire les résultats](#)