

Investissements IT : Focus sur l'équipe d'achat

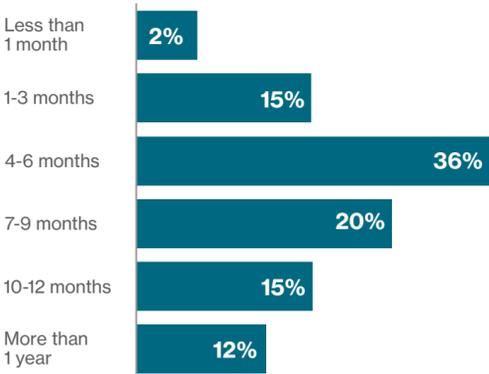
Menée depuis 15 ans, l'étude sur la consommation des médias de TechTarget donne des indications précieuses sur les solutions de recherche d'achat des acheteurs de technologies, en fonction des dernières tendances du marché. Découvrez les résultats obtenus auprès de plus de 500 professionnels de la région 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 l'équipe d'achat informatique dans les organisations utilisatrices, qui ne cesse de croître, et nous donnons des conseils pratiques sur la façon d'impliquer l'ensemble de l'équipe d'achat dans un processus d'achat complexe.

Débuter vos approches sans tarder

Les cycles de recherche sont longs

Combien de temps faut-il généralement à votre entreprise pour faire un achat technologique important en commençant par l'identification d'un problème et en terminant par la signature d'un contrat avec un fournisseur ?



Source : 2022 Media Consumption Report: France

Idée reçue #1

"Les acheteurs Tech qui téléchargent du contenu achètent dans les 3 prochains mois"

Dans la réalité...

7 mois

cycle moyen dans l'achat, entre information et décision

42%

des entreprises mettent plus de 10 mois à concrétiser un investissement

vs.

Il existe de nombreux points d'entrée d'un compte

Des équipes élargies

France SMB



4 En moyenne dans les **PME**

France Overall



5.6 Le nombre **Moyen** d'une équipe de décision d'achat

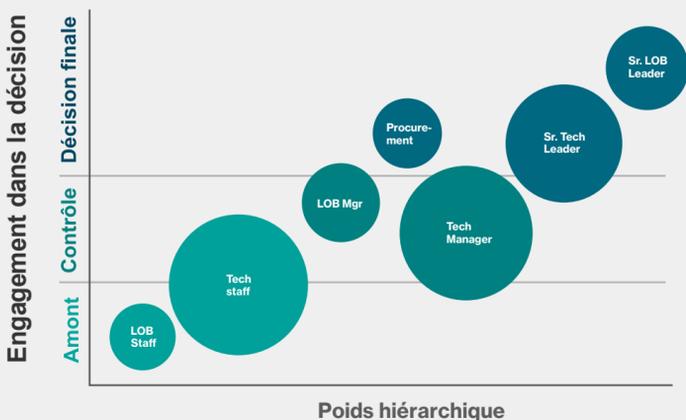
France Enterprise



6.7 En Moyenne dans les **Grands** comptes

Source : 2022 Media Consumption Report: France

Personas et engagement dans la décision d'investissement IT



Source : 2022 Media Consumption Report: France

Idée reçue #2

"Seuls les managers sont réellement engagés dans la décision"

Dans la réalité...

80%

80% des sondés IT ne sont pas d'accord avec cette affirmation

vs.

Des besoins centrés sur la considération unique de chaque acheteur

Quel contenu proposer à chaque utilisateur ?

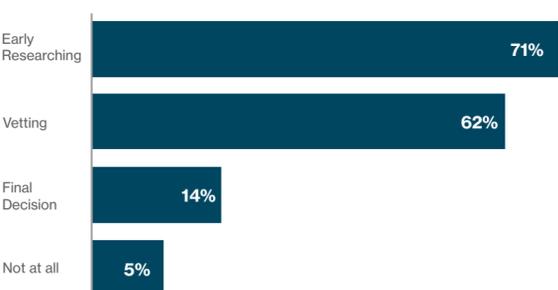
Ce que souhaitent les informaticiens ?	Ce que souhaitent leurs manager ?	Ce que souhaitent les directeurs ?	Ce que souhaitent les DSI ?
<ul style="list-style-type: none"> Des contenus integrations/ implementations Des contenus qui répondent aux défis techniques 	<ul style="list-style-type: none"> Des contenus plus liés aux défis métiers Des contenus qui répondent aux défis techniques Des approches comparées en terme de solutions 	<ul style="list-style-type: none"> Des contenu synthétiques integrations / implementations Des contenus plus liés aux défis métiers... ... Et aux défis techniques 	<ul style="list-style-type: none"> Des contenus spécifiques au secteur Retours d'expérience orientés Rol Des approches comparées en terme de solutions
<p>Quand se documenter ?</p> <p>Early-Mid</p>	<p>Quand se documenter ?</p> <p>Early-Late</p>	<p>Quand se documenter ?</p> <p>Mid-Late</p>	<p>Quand se documenter ?</p> <p>Mid-Late</p>

Source : 2022 Media Consumption Report: France

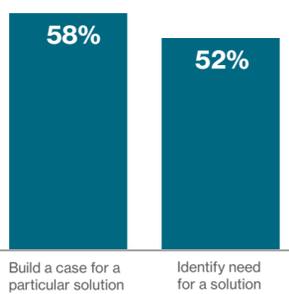
En matière de leads, ne vous limitez pas à une seule cible

Ne sous-estimez pas le pouvoir des informaticiens...

Ils jouent un rôle clé dans la plupart des entreprises



Ils contribuent tout particulièrement en amont



50% est invité à discuter la Short List des solutions



Source : 2022 Media Consumption Report: France



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

[Lire les résultats](#)