

# Net progrès de l'alignement

# Sales

# & marketing

en 2021

**40%** des entreprises en 2021 estiment que leurs services Marketing et Commercial sont alignés (vs 33% en 2019)

## Les enjeux majeurs sont partagés entre les 2 directions

Identifier et engager les prospects / clients

Atteindre les objectifs

## Les causes du non-alignement

**59%** des objectifs stratégiques sont non partagés (en amélioration)

aucun dirigeant commun **38%**

## Un travail d'amélioration conjoint

Les actions mises en place par **le marketing** pour améliorer l'alignement

**60%** Partage d'informations marché

**59%** Bilan commun régulier

**58%** Partage d'un plan d'actions annuel

**NEWS**

- Bilan commun régulier et identification d'actions correctives
- Validation du plan marketing par la direction commerciale

Les actions mises en place par **les sales**

**62%**

Partager les remontées terrain & feedback quand une affaire est gagnée grâce aux actions marketing

**51%**

Intégrer des KPIs marketing (délais de traitements des leads...) dans les objectifs commerciaux

**31%**

Co construire le plan d'actions commercial

## Les défis DU MARKETING

**46%** Accès aux données

**48%** Déploiement de nouveaux outils

**45%** Développement de nouvelles compétences

La stratégie d'alignement pas clairement définie à 38% est la meilleure amélioration

La + forte progression

## Les attentes DES SALES

**47%** Fournir des outils de ventes

**85%** Générer des leads de qualité

**46%** Développer la notoriété

La + forte progression

## Évolution de la fonction marketing

Renversement de la tendance

Du **One-to-Many**

vers le **One-to-One**

L'ABM gagne du terrain depuis 2020

**54%**

**(+31%)** Ce sujet ne semble plus réservé uniquement aux plus grandes organisations

Le social selling séduit

Ce sujet reste encore dirigé par le marketing

**78%**

## Le social selling

LE MÉDIATEUR PAR EXCELLENCE

**78%**

Palmarès des réseaux sociaux pour un usage B2B

des répondants utilisent les réseaux sociaux pour générer du business (vs 55% en 2019)

**99%** LinkedIn

**41%** Twitter

**30%** Facebook

Mais seulement **27%**

des utilisateurs considèrent leur entreprise mature sur le sujet (vs 18% en 2019)

Cette approche reste encore perçue comme une démarche orientée « **communication** » par près de **42%** des sales

LinkedIn reste le réseau B2B incontournable

Enquête réalisée en 2021 par le CMIT, Nomination, DCF et ISM auprès de **123 décideurs marketing et commerciaux de l'IT.**