



Le Guide Complet du Marketing Automation

Un guide complet sur le marketing automation et comment celui-ci peut vous aider à atteindre vos objectifs marketing et augmenter le chiffre d'affaires de votre entreprise.

- 2 | Introduction
- 4 | Définition du marketing automation
- 5 | Avantages du marketing automation
- 13 | Fonctionnalités principales d'un logiciel de marketing automation
- 14 | Bien choisir son logiciel de marketing automation
- 17 | Délivrabilité
- 18 | Conclusion

Introduction

Utilisé efficacement, le marketing a un impact considérable sur la réussite d'une entreprise, sachant qu'il incite des clients à acheter vos produits ou services et réduit votre charge de travail commercial.

Le problème est que beaucoup de PME ont peu de temps et d'argent à consacrer aux activités marketing et que, sans stratégie définie et systématique, elles n'obtiennent pas les résultats prévus ou voulus.

Aujourd'hui, les acheteurs exigent des réactions immédiates et des niveaux de service supérieurs, ce qui peut avoir des conséquences désastreuses. De ce fait, un nombre croissant de petites et moyennes entreprises (PME) se tournent vers les logiciels de marketing automation pour la gestion de tâches marketing répétitives qu'elles n'auraient pas pu effectuer avant.

Avec un système de marketing automation, il est possible d'en faire « plus avec moins » : envoyer des emails automatiquement au moment optimal, surveiller les réseaux sociaux en continu et recueillir des informations sur les visiteurs de votre site 24h/24 et 7j/7, sans aucune intervention humaine.

L'objectif pour les petites entreprises n'est pas seulement de gagner du temps et des moyens qui peuvent être consacrés à d'autres domaines stratégiques ; il s'agit surtout de conquérir une position de force pour entrer en concurrence avec des compagnies de taille plus importante.

Voilà pourquoi [86% des marketeurs estiment que le marketing automation a amélioré leur gestion et nurturing des leads](#), et [78% des plus performants citent le marketing automation comme principal facteur d'augmentation de leur chiffre d'affaires](#).

Les prévisions de la société de recherche globale Gartner l'attestent : d'ici 2020, 85% des relations client avec une entreprise s'effectueront sans interaction humaine. Les PME ont donc tout intérêt à s'intéresser au marketing automation.



Définition du marketing automation

LE MARKETING AUTOMATION

A DEUX FONCTIONS PRINCIPALES.

1

Il permet de définir des profils très détaillés de clients actuels et potentiels via la collecte de données client issues de sources multiples : réseaux sociaux, publicités imprimées ou sur Internet, appels téléphoniques, emails, visites de site web...

2

Il utilise ensuite ces données détaillées pour cibler « intelligemment » les destinataires et leur envoyer des contenus et messages qui évoluent en fonction de leurs réactions ou comportements.

L'ensemble du processus repose sur des « workflows », qui sont des consignes données au logiciel : qui contacter à quel moment, quel contenu envoyer et quelle action déclencher suite à telle ou telle réaction.

Avantages du marketing automation

Le marketing automation va vous permettre de personnaliser tout le parcours prospect et client en partant des actions et réactions d'un destinataire à des étapes définies (ou « trigger points ») de son parcours commercial pour créer un processus dynamique axé sur l'engagement. Rien à voir avec un envoi standardisé d'emails à de gros volumes de destinataires, qui, outre son impact négatif sur la réputation de votre entreprise, ne permet aucune connexion avec l'acheteur potentiel.

- ✓ Booste la valeur du cycle de vie client
- ✓ Raccourcit le cycle commercial
- ✓ Améliore le processus de qualification des leads
- ✓ Augmente les taux de conversion des ventes
- ✓ Favorise l'engagement des abonnés
- ✓ Augmente les taux d'ouverture et les taux de clic des emails
- ✓ Renforce l'efficacité marketing globale
- ✓ Réduit les dépenses marketing
- ✓ Harmonise les processus commerciaux et marketing
- ✓ Multiplie les ventes
- ✓ Réduit les taux de déclin
- ✓ Garantit un service client optimal

Avantages du marketing automation (suite)

Même si le marketing automation peut avoir l'air impersonnel, il fait en réalité partie des techniques marketing les plus accessibles pour les utilisateurs. Avec un produit efficace et performant comme Act! Marketing Automation, une petite entreprise qui n'a pas de gros moyens peut bénéficier d'avantages concrets considérables.

Souvent confondu avec l'« email marketing », le « marketing automation », est bien plus performant que l'email marketing parce qu'il englobe différentes plateformes marketing comme le CRM et les réseaux sociaux.



Avantage : Génération de leads plus efficace

Avec un logiciel de marketing automation, vous pouvez générer de nouveaux leads bien plus facilement et efficacement du fait que les tâches qui prennent du temps s'effectuent rapidement et automatiquement à l'arrière-plan.

Il peut vous servir pour des actions très simples comme publier un contenu sur votre site web pour inciter des prospects à s'inscrire à votre liste de diffusion via un opt-in. Il suffit de configurer un processus pour qu'il se produise automatiquement et génère des leads tout seul, sans intervention directe.

La fonction de scoring des leads d'Act! Marketing Automation vous permet de les noter pour donner la priorité aux prospects les plus intéressés et réactifs dans le but de faciliter le suivi commercial au moment optimal.

60% des entreprises qui utilisent le marketing automation ont constaté une amélioration de la qualité de leurs leads.

[Lenskold Group « Étude sur l'efficacité marketing de la génération de leads » \(2012\)](#)

41% des personnes
qui utilisent le
marketing
automation ont
augmenté leur retour
sur investissement
marketing

Adestra « Bilan du Marketing Automation :
critères de réussite » (2017)

Avantages : Harmonisation des ventes et du marketing

Certaines entreprises se disent qu'un nouveau système de marketing automation ne fonctionnera pas efficacement avec leur système de vente ou CRM, et que des problèmes au niveau du flux des données vont leur faire manquer des opportunités commerciales ou affecter la qualité de leur service client.

Avec Act! Marketing Automation, vous n'aurez pas ce problème si vous utilisez déjà Act!, étant donné que les deux systèmes ont été développés pour fonctionner parfaitement ensemble et garantir un flux de données optimal, sans nécessiter de reformatage ou de saisie manuelle. C'est la garantie d'un travail productif sans risque d'erreurs.

Avec Act! et Act! Marketing Automation, vous pouvez transmettre des leads « nurturés » à votre équipe commerciale facilement, ce qui maximise le retour sur investissement marketing en minimisant le nombre d'interventions manuelles.

Avantage : Automatisation de l'accueil stratégique et de la rétention des clients

D'après Gleanster Research, 50% des leads d'une entreprise sont qualifiés dès le premier jour mais ils ne sont pas encore prêts à faire des achats. D'autres études démontrent que 80% des leads qualifiés vont faire un achat au cours des 24 premiers mois. Ces chiffres soulignent l'importance du lead nurturing et des connexions prospect à différentes étapes du processus d'achat.

D'autant plus que le Groupe Annuitas a montré que les leads « nurturés » achètent presque 2 fois plus que les leads qui font des achats immédiats !

Avec Act! Marketing Automation, vous pouvez créer des « conversations » avec vos acheteurs potentiels pour leur rappeler votre existence et entretenir leur engagement avec votre entreprise jusqu'à ce qu'ils soient prêts à acheter.

79% des leads ne se convertissent jamais en ventes. La cause principale de cet échec est l'absence de lead nurturing.

MarketingSherpa

35-50% des ventes reviennent au fournisseur qui a répondu au client potentiel en premier

Insidesales.com

Avantage : Amélioration des taux de rétention client grâce à un service client de qualité

Une [étude commerciale d'Harvard](#) a révélé que la probabilité d'achat est multipliée par sept si une entreprise répond à la demande d'un prospect dans l'heure. Pourtant, 60% des entreprises n'y arrivent pas.

Même si elles savent qu'il est capital de répondre vite aux clients, la plupart des PME ont du mal à surveiller et à gérer manuellement les demandes de renseignements de manière efficace. Pour réussir à le faire, il faudrait demander à un employé de laisser son travail en plan ou embaucher quelqu'un à plein temps. Ces solutions ne sont pas envisageables pour la majorité des PME, qui manquent généralement de temps et d'argent.

La réalité, c'est qu'il faut attendre que quelqu'un « s'occupe » de répondre aux demandes client, ce qui a un impact négatif sur le niveau de service et les ventes.

Avec le marketing automation, vous pouvez solutionner la gestion des demandes client sans devoir attendre que quelqu'un s'en charge.

Avantage : Meilleure compréhension des comportements des clients et acheteurs

Comme le marketing automation vous donne accès à des données issues de plusieurs canaux de communication (clics sur les réseaux sociaux, pages consultées etc), vous obtenez des analyses très précises sur les comportements de vos acheteurs. Ces analyses vont vous servir à modifier et adapter vos produits et services ainsi que vos stratégies marketing.

À moins d'utiliser une plateforme spécialisée comme Act! Marketing Automation, vous n'aurez pas les données nécessaires pour anticiper les futurs besoins et motivations de vos acheteurs.

Avantage : Analyse de l'efficacité et impact des activités marketing

Avec des indicateurs précis, il est possible de se faire une représentation globale et détaillée « intelligente » des éléments d'une stratégie marketing les plus (et surtout les moins) efficaces. Vous ne risquez plus de manquer de visibilité et vos décisions reposent enfin sur du concret : les réactions de vos cibles.

Le ciblage des prospects est 100% personnalisé et intervient à un moment optimal du processus d'achat.

Avantage : Amélioration globales des activités

Un système de marketing automation permet d'avoir une plateforme centralisée d'informations en temps réel sur les prospects et clients.

Les avantages sont évidents, par exemple vos équipes des ventes et du marketing gagnent en efficacité et vos collaborateurs peuvent se concentrer sur les activités commerciales stratégiques.

Les avantages d'un système de marketing automation ne s'arrêtent pas là, sachant que vous pouvez l'utiliser pour automatiser d'autres tâches courantes ou chronophages. En recrutement, par exemple, vous pouvez faire du nurturing personnalisé des employés potentiels pour mieux sélectionner les candidats et réduire les problèmes d'efficacité et les dépenses liées au recrutement.

Vous pouvez aussi améliorer la portée de vos communications RP avec le marketing automation en utilisant par exemple des modèles email et des bases de données de journalistes pour promouvoir une sortie produit. Ou pour réduire votre charge administrative : envoi de rappels automatiques et de rapports de projet, distribution d'invitations à des événements et collecte d'informations sur les participants à des événements.

43% des entreprises
déclarent avoir
optimisé leur
productivité grâce au
marketing automation

Adestra

Fonctionnalités principales d'un logiciel de marketing automation

ÉLÉMENTS FONDAMENTAUX D'UN LOGICIEL DE MARKETING AUTOMATION : EMAIL, FORMULAIRES WEB, LANDING PAGES ET CRM

Email L'email est souvent le canal de communication principal d'un système de marketing automation, ce qui explique la confusion entre « email marketing » et « marketing automation ».

Cela dit, le marketing automation ne se limite pas à un canal particulier, étant donné qu'il englobe de nombreuses plateformes marketing comme le CRM et les réseaux sociaux. En réalité, le marketing automation est bien plus qu'un système d' emailing.

D'où l'importance pour tout système de marketing automation d'avoir un système d' emailing intégré performant et flexible.

Formulaires web Quand un internaute remplit un formulaire sur votre site web, il démarre un processus de connexions conçu pour le convertir en client fidèle. Les formulaires web qui manquent de clarté ou qui collectent et transmettent mal les données vont faire perdre des ventes à votre entreprise.

Landing pages Même constat pour la landing page, qui est généralement le premier point de contact d'un prospect avec votre entreprise et qui joue un rôle capital au niveau de la collecte d'informations sur les prospects. Votre système de marketing automation doit donc vous permettre de configurer des landing pages efficaces, capables d'enregistrer et traiter de gros volumes de données.

Intégration CRM Après avoir collecté des données sur les prospects et clients, votre système de marketing automation doit acheminer ces données jusqu'à votre équipe commerciale pour faciliter l'évaluation des nouveaux leads et le suivi des leads réceptifs.

S'il faut reformater ou modifier les données avant de les utiliser, cela aura des répercussions négatives sur la durée du processus de lead nurturing et son efficacité.

Bien choisir son logiciel de marketing automation

Pour les PME, mieux vaut opter pour un système de marketing automation adapté aux besoins des entreprises de petite taille. Un système pour les grandes entreprises posera des problèmes de configuration, de prise en main, de gestion et d'administration et vous finirez par payer cher pour des fonctionnalités inutiles ou inutilisables. Au final, un mauvais rapport qualité prix qui aura des conséquences catastrophiques sur votre budget.

Cela dit, un système peu performant ne sera pas assez évolutif pour suivre votre croissance, ce qui vous obligera à changer de système plus tard.

Pour éviter ces problèmes, Act! Marketing Automation est équipé de fonctionnalités assez performantes pour répondre aux besoins immédiats et continus d'une entreprise en situation de croissance sans être surchargé de fonctionnalités complexes et inutiles.

Bien choisir son logiciel de marketing automation (suite)

Une solution efficace et évolutive

Pour les petites entreprises, Act! Marketing Automation est une solution économique équipée de multiples fonctionnalités, avec une offre variée de produits et tarifs, de la fonctionnalité principale 'Select' à l'option complète et ultra-performante 'Advanced', en passant par la formule la plus populaire 'Complete'.

Avec Act! Marketing Automation, vous avez la possibilité d'ajouter des fonctionnalités pour suivre l'évolution et la croissance de votre entreprise. Même si vous n'avez qu'une centaine de contacts dans votre base de données pour l'instant, Act! Marketing Automation est assez flexible pour gérer des milliers de contacts si vos activités se développent.

Assistance client à tout moment

Même avec un système intuitif comme Act! Marketing Automation, certaines situations nécessitent un service d'assistance.

Dans ces situations, notre service d'assistance client est à votre disposition pour répondre à vos questions et résoudre vos problèmes techniques.

Nos experts vous proposent aussi un service de conseil et d'aide à la mise en route.

Vous pouvez faire appel à nos professionnels hautement qualifiés, les Consultants Certifiés Act!¹, des spécialistes à votre écoute pour vous aider à exploiter au maximum Act! Marketing Automation en vue de l'adapter parfaitement à vos besoins.

Facilité d'utilisation

Même si les PME ont conscience des avantages du marketing automation, certaines appréhendent de le trouver trop complexe ou difficile à utiliser. On comprend donc pourquoi 86% des marketeurs citent la « facilité d'utilisation » comme critère principal dans le choix de plateforme de marketing automation.

C'est avec cet objectif que nous avons développé Act! Marketing Automation, pour en faire un système performant mais facile à configurer et utiliser.

Bien choisir son logiciel de marketing automation software (suite)

Intégration CRM efficace

Pour travailler efficacement, vos équipes commerciales doivent avoir accès aux dernières informations client, surtout lors de leurs missions professionnelles. Il est donc capital que votre solution de marketing automation s'accorde avec votre système CRM : les informations doivent circuler entre les systèmes en temps réel sans qu'il soit nécessaire de reformater ou modifier certaines données.

Comme Act! Marketing Automation est une fonctionnalité intégrée à Act!, vous avez un aperçu global et contrôlez plus facilement vos activités marketing.



23% des leads qui passent par des workflows automatisés ont un cycle commercial moins long.

Market2Lead

Délivrabilité

Avec le renforcement de la législation sur la protection des données, les entreprises doivent faire encore plus attention à la délivrabilité et respecter les bonnes pratiques et obligations CAN-SPAM, CASL et RGPD. Votre plateforme de marketing automation doit être mise à jour régulièrement pour prendre en compte les nouvelles lois. Act! Marketing Automation vous offre cette garantie de conformité.

Avec un ensemble complet d'outils pour analyser les spams et gérer les désinscriptions, ainsi que les conseils d'experts, vous avez tous les moyens d'exceller en délivrabilité et de protéger votre réputation d'expéditeur.

Conclusion

Le marketing automation est la clé du succès pour de nombreuses petites entreprises, car il permet un contact régulier et constant avec les prospects et clients, ce qui est essentiel pour convertir des opportunités commerciales en ventes.

Cependant, bien qu'il existe de nombreuses solutions de marketing automation disponibles, rares sont celles qui offrent un bon rapport qualité-prix et une mise en route facile.

Act! Marketing Automation, est de ce point de vue, une solution idéale pour les petites entreprises car c'est une solution simple et efficace qui permet de maximiser les activités marketing de l'entreprise.



Qu'est-ce qu'Act!?

Quand la fiabilité du CRM s'allie à la puissance du Marketing Automation, les possibilités sont infinies. La Suite Croissance Act! fournit tout ce dont vous et votre équipe avez besoin pour gérer et développer votre entreprise avec succès.

La croissance facile

Le CRM et le Marketing Automation au service de la réussite des PME.

Pour en savoir plus sur Act!, rendez-vous sur

www.act.com/fr

Ou contactez-nous au

09 75 18 23 09 (France)
078 483 840 (Belgique)

Suivez-nous sur



1 Les consultants certifiés act! Sont des fournisseurs tiers. Swiftpage et ses affiliés ne peuvent en aucun cas être tenus responsables en cas de réclamations par rapport à des produits ou services de fournisseurs tiers.

©2019 Swiftpage ACT! LLC. Tous droits réservés. Swiftpage, Act! et les produits et services Swiftpage mentionés ici sont des marques déposées ou des marques de Swiftpage ACT! LLC ou ses entités affiliées. Toutes les autres marques commerciales sont la propriété de leurs fabricant respectifs.

Swiftpage International Limited | Q15, Quorum Business Park | Benton Lane, Newcastle upon Tyne | NE12 8BU | act.com/fr