

# LEAD MANAGEMENT EN B2B

## Avant et après le Digital

### COMMERCE TRADITIONNEL

### MARKETING DIGITAL

#### De la génération de leads...

Les entreprises ont un site vitrine...



68% des entreprises en B2B rencontrent des difficultés à générer des leads

\*CSO Insights

...Elles investissent des milliers d'euros dans de la publicité ou des campagnes de prospection...



48% des prospects disent ne pas être intéressés lorsqu'une entreprise les contacte

\*IKO SYSTEM

Les entreprises disposent d'un site de conversion...



En B2B, un site de conversion a un taux de transformation moyen de 12% à 18%

\*APLI

...Elles créent du trafic sur leur site grâce à la mise en place d'une stratégie d'inbound marketing...



83% des entreprises B2B utilisent le content marketing pour atteindre leurs objectifs de lead generation

\*CMI

#### ...à la gestion des leads...

...Le commercial gère les prospects sur un fichier excel...



48% des commerciaux ne rappellent jamais un prospect

\*IKO SYSTEM

...Il doit renseigner chaque donnée des leads sur son fichier excel mais ne pourra pas en évaluer la qualité sur la durée...



80% des équipes marketing voient une inefficacité dans la gestion de leads à cause de la qualité de leur base de données

\*Demand Metric Report

...Il n'a aucune connaissance des besoins du lead et le contacte au mauvais moment...



75% des leads ne sont pas assez matures pour acheter

\*Smartinsights

...Le lead manager s'occupe de la gestion des leads entrants via sa solution CRM. Son module de lead management l'alerte et lui indique les contacts à prioriser...



Les entreprises qui effectuent un suivi rapide des leads (dans les 5 minutes) ont 9 fois plus de chances de les convertir

\*APLI

...Les leads non matures sont gérés par le marketing automation...



69% des entreprises en B2B utilisent le marketing automation pour acquérir de nouveaux clients et 50% pour les fidéliser.

\*ACT-ON and Gleanster Research

...Ils rentrent dans le processus de lead nurturing via des scénarios préalablement créés. À maturité, ils sont transférés dans le module Lead management du CRM...



Les entreprises qui pratiquent le lead nurturing augmentent leurs ventes de 50% et diminuent leurs coûts de 33%

\*Forrester

#### ...Vers le suivi commercial

...Il ne sait pas quel lead il doit traiter en priorité...



45% des entreprises disent avoir besoin d'aide pour savoir quels prospects prioriser

\*CSO Insights

...Il tente tant bien que mal de joindre un lead pour obtenir un rendez-vous...



Les vendeurs passent en moyenne 6 appels avant d'arriver à joindre un prospect

\*Ovation Sales Group

...Le lead manager transmet les leads à l'équipe commerciale une fois qu'il sont assez "chauds" pour convertir...



Les entreprises qui utilisent un système de lead management augmentent leurs revenus de 10% et plus dans les 6 premiers mois

\*Gartner

...Le commercial prend connaissance du dossier et met en place un suivi commercial via son CRM.



Le CRM augmente les ventes d'un commercial de 41%

\*Gartner

Découvrez  
INES.AUTOMATION!

