



Le data marketing et le marketing digital dans un monde plus contraint : quels seront vos défis ?

Etude 2022 réalisée par SPOKING P@LLS

– Méthodologie

Objectifs :

Evaluer les défis des entreprises en matière de marketing digital face aux enjeux économiques, écologiques, sociétaux, réglementaires...

Mode d'administration :

Enquête réalisée par internet et téléphone
via la plateforme **SPOKING POLLS**

Base répondants :

102 CMO, CDO, CRM-manager
d'entreprises françaises

200M€ à 1 Md€ : 55 répondants
>1Md€ : 47 répondants

BtoB : 59 répondants

BtoC : 43 répondants

Dates de terrain :

Du 17 mai au 24 juin 2022



Résultats détaillés

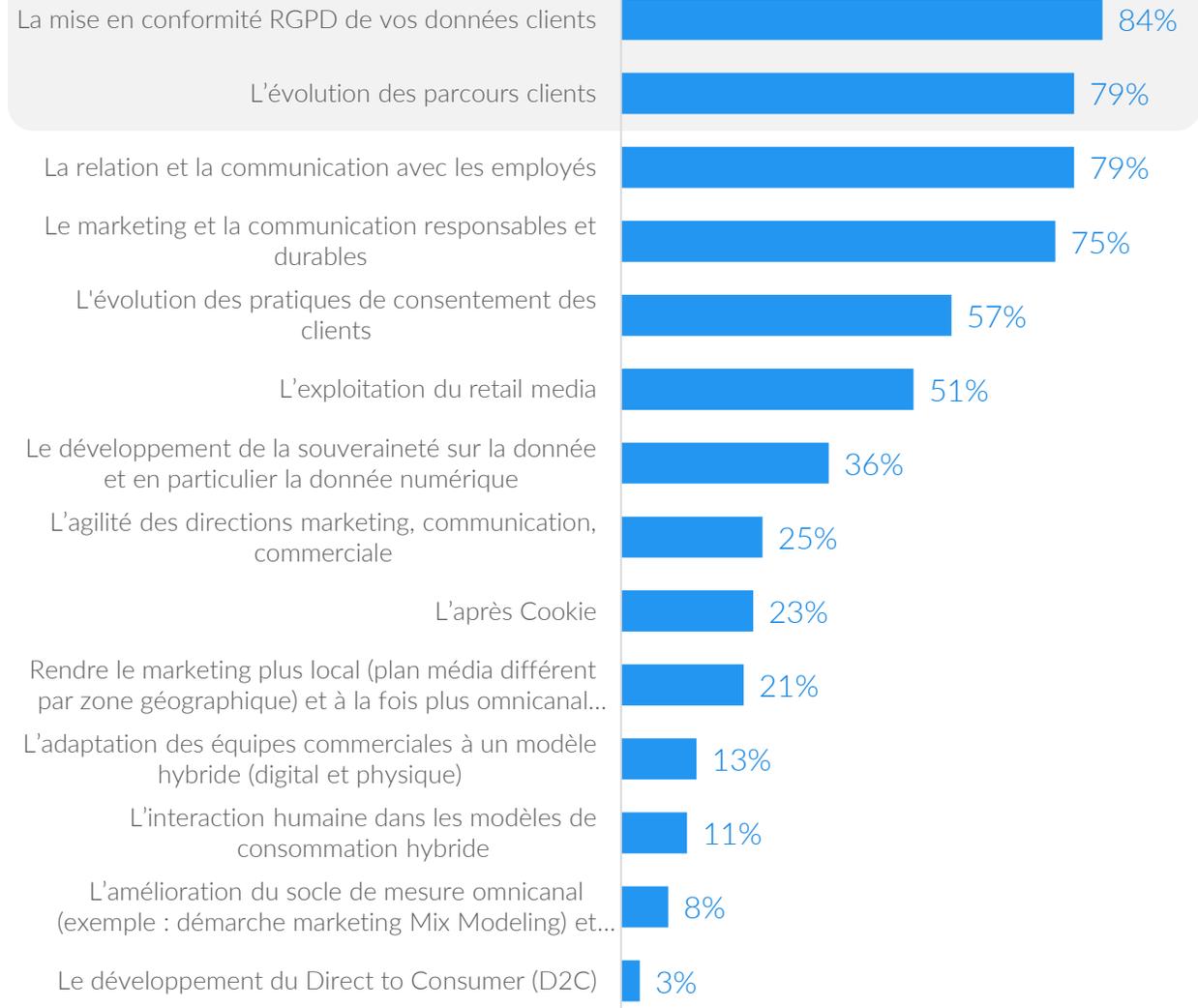
Le data marketing et le marketing digital dans un monde plus contraint : quels seront vos défis ?

Parmi les tendances suivantes, quelles sont celles qui vous paraissent prioritaires pour l'année 2022 et les suivantes ?



Un double souci : satisfaire aux exigences réglementaires tout en continuant à générer de la croissance digitale

Base : 102 répondants



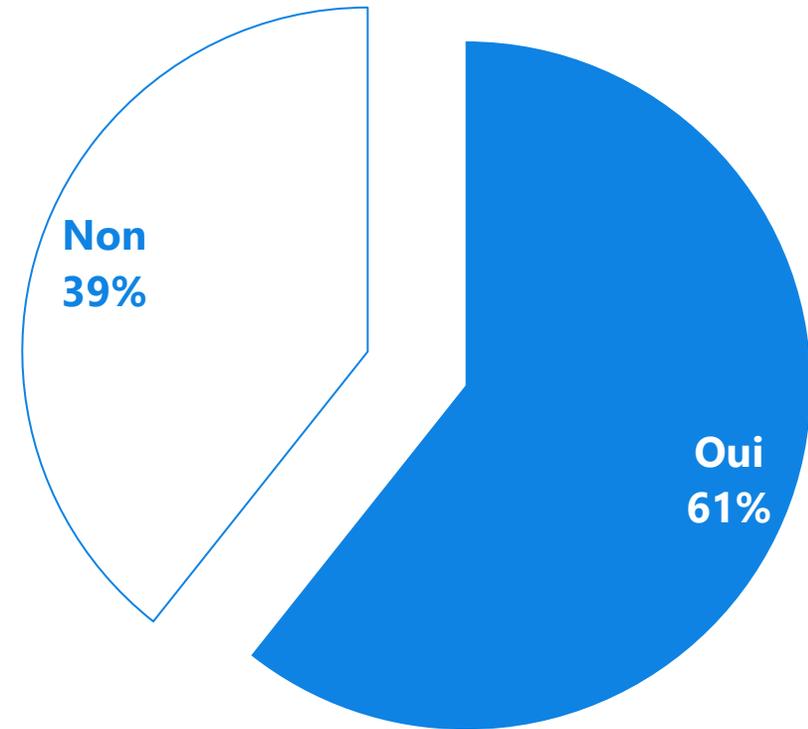
Le data marketing et le marketing digital dans un monde plus contraint : quels seront vos défis ?

Vos priorités pour cette année vont-elles évoluer avec le ralentissement économique ?



Des CMO, CDO déjà prêts au changement, conscients des enjeux économiques à venir

Base : 102 répondants



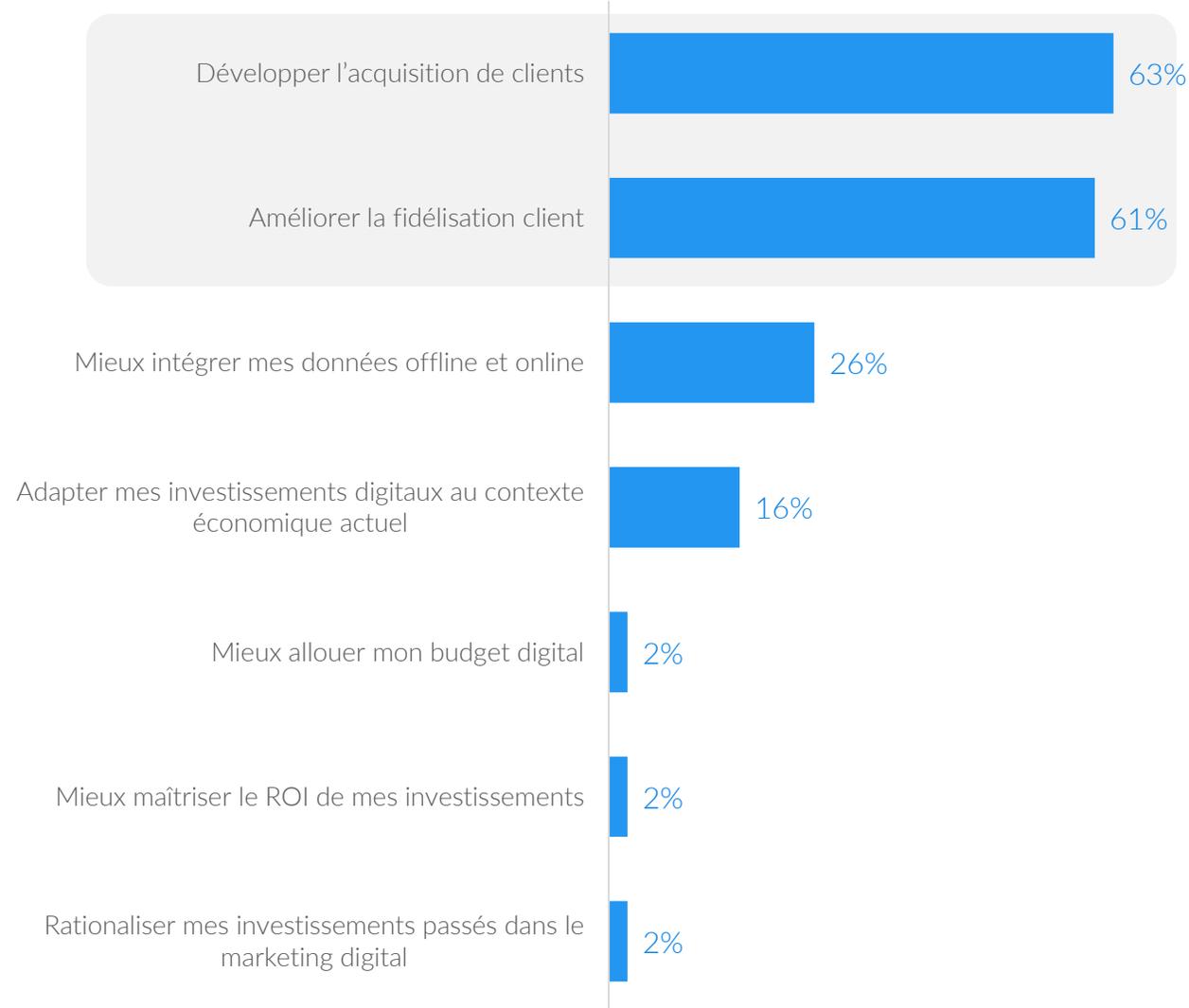
Le data marketing et le marketing digital dans un monde plus contraint : quels seront vos défis ?

Si oui, dans quels domaines ces priorités vont-elles évoluer?



2 priorités pour faire face aux contraintes à venir :
la fidélisation et le développement de l'acquisition
de clients

Base : 62 répondants qui prévoient des évolutions à venir dues au ralentissement économique



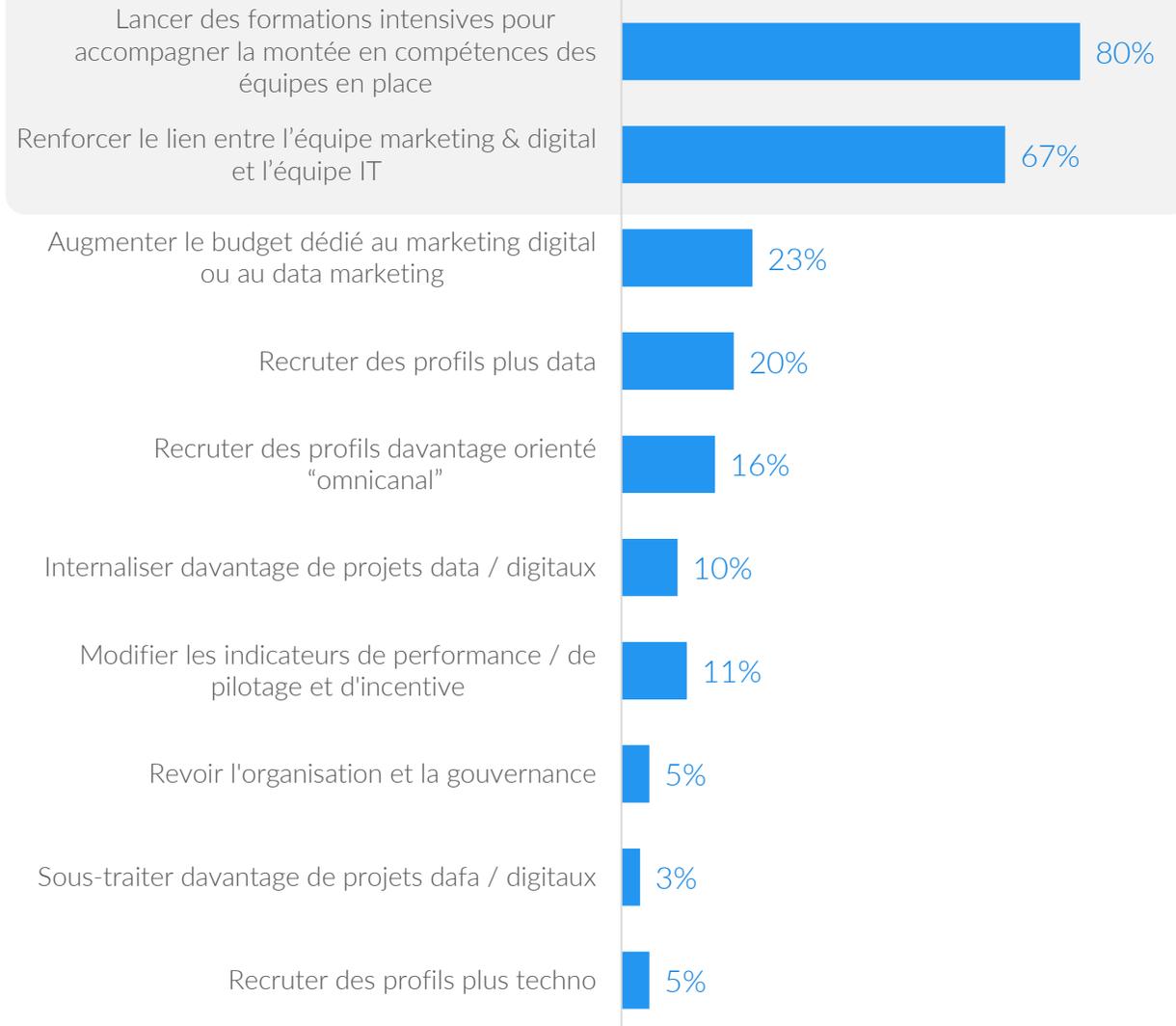
Le data marketing et le marketing digital dans un monde plus contraint : quels seront vos défis ?

Pour relever les challenges à venir, quels seront les grands axes opérationnels de votre stratégie ?



Vers une plus grande intégration du digital et une plus grande diffusion du digital

Base : 102 répondants



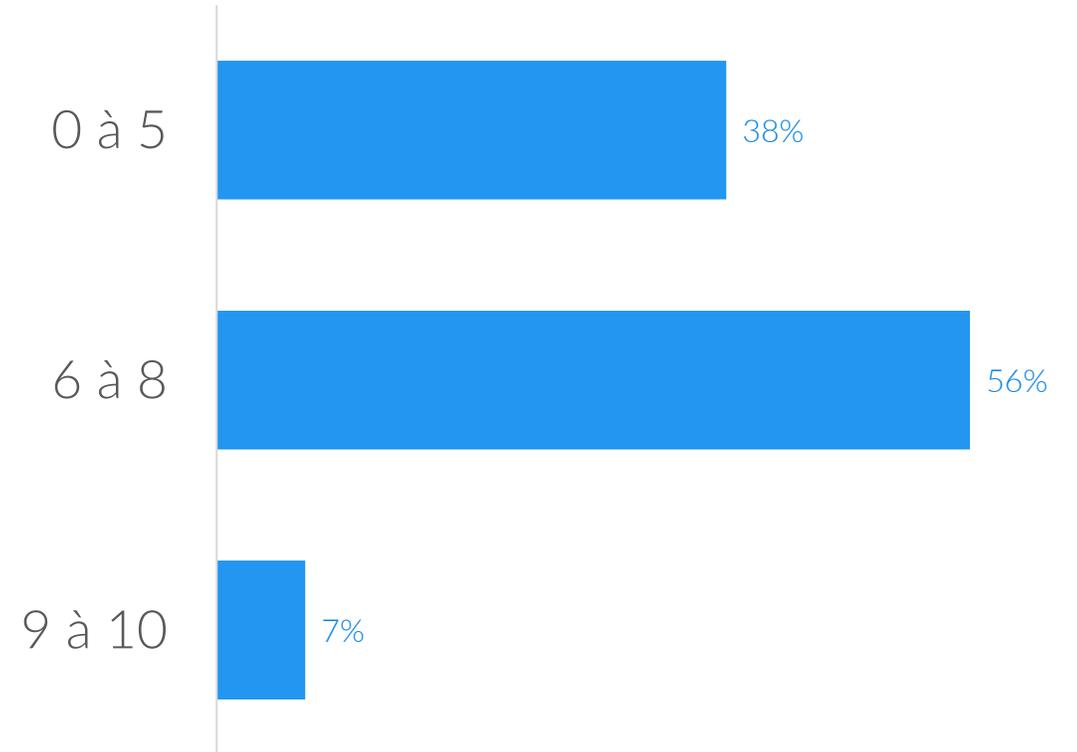
Le data marketing et le marketing digital dans un monde plus contraint : quels seront vos défis ?

Sur le sujet du marketing responsable, quel est le degré d'engagement actuel de votre entreprise dans ce domaine ?



Seulement un peu plus de la moitié des décideurs engagés sur le marketing responsable

Base : 102 répondants



Note moyenne : 5,6

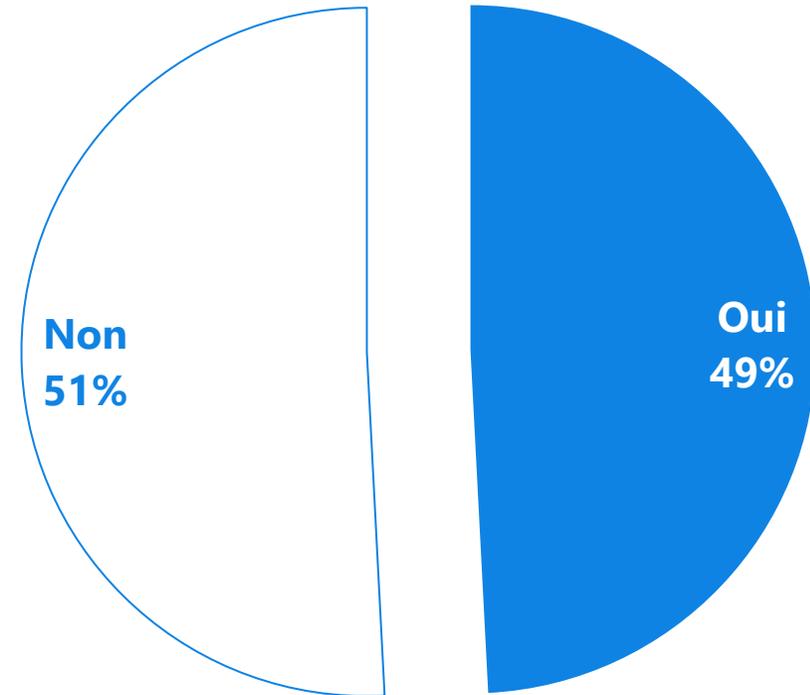
Est-ce que les enjeux actuels en matière de réglementation (fin des cookies tiers, Digital Service Act, réglementation de l'IA, RGPD, loi climat...) influent sur vos actions en matière de marketing digital ?



Un résultat qui pourrait être en contradiction avec la question 1 mais qui illustre pour 51% des répondants, à notre sens, la maîtrise technique des enjeux réglementaires.

Ce n'est pas de ce côté-là qu'il faut chercher les changements à venir

Base : 102 répondants



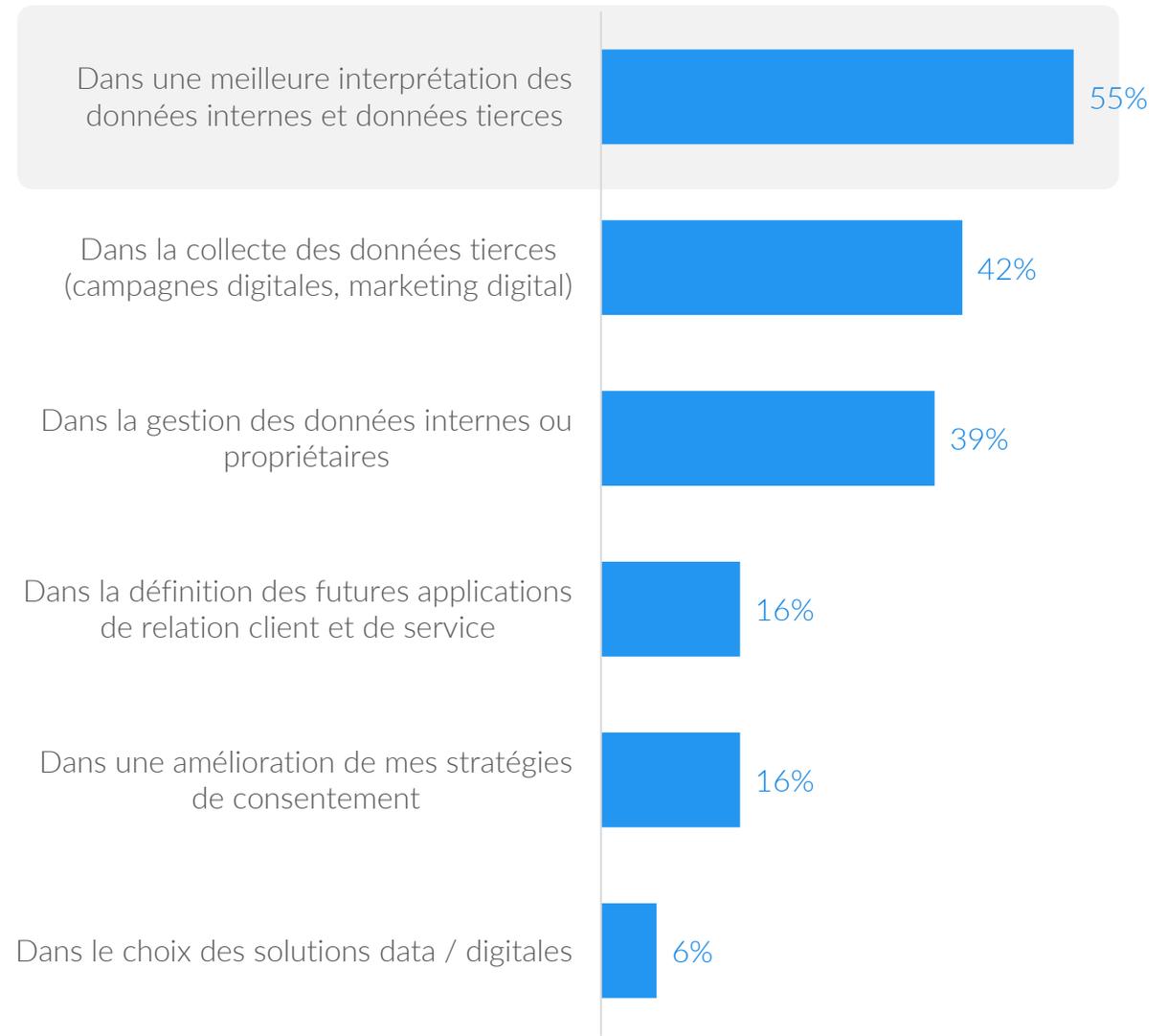
Le data marketing et le marketing digital dans un monde plus contraint : quels seront vos défis ?

Si oui, dans quels domaines prenez-vous en compte ces enjeux ?



Vers un marketing digital mieux intégré, plus interne et plus corrélé

Base : 49 répondants estimant que la réglementation influe sur les actions marketing



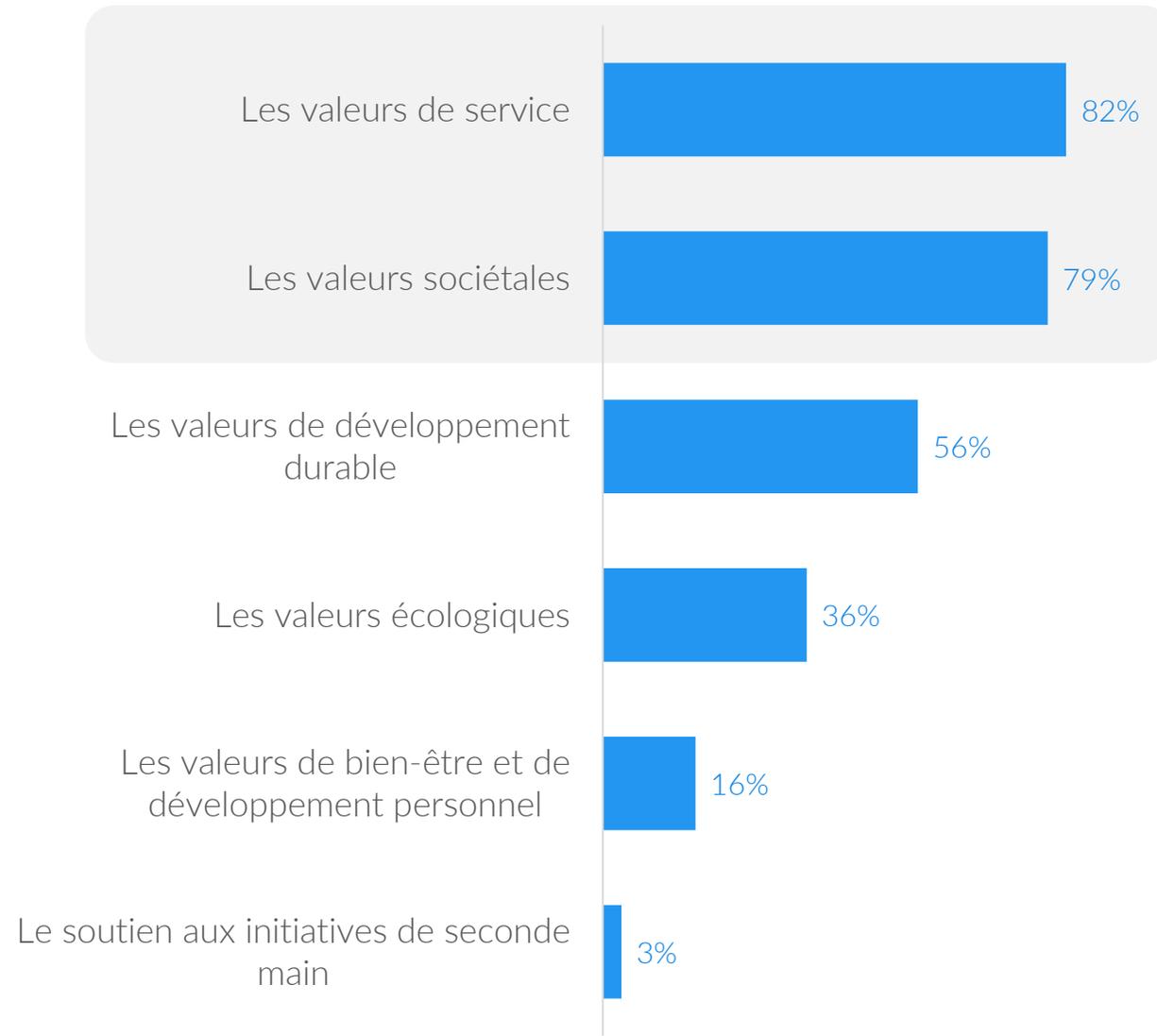
Le data marketing et le marketing digital dans un monde plus contraint : quels seront vos défis ?

Quelles sont les valeurs qui vont tirer, selon vous, votre communication digitale dans les mois qui viennent ?



Des réponses assez cohérentes avec les réponses à la question sur les priorités affichées (p.6) et une relation forte entre les valeurs de service et la fidélisation

Base : 102 répondants



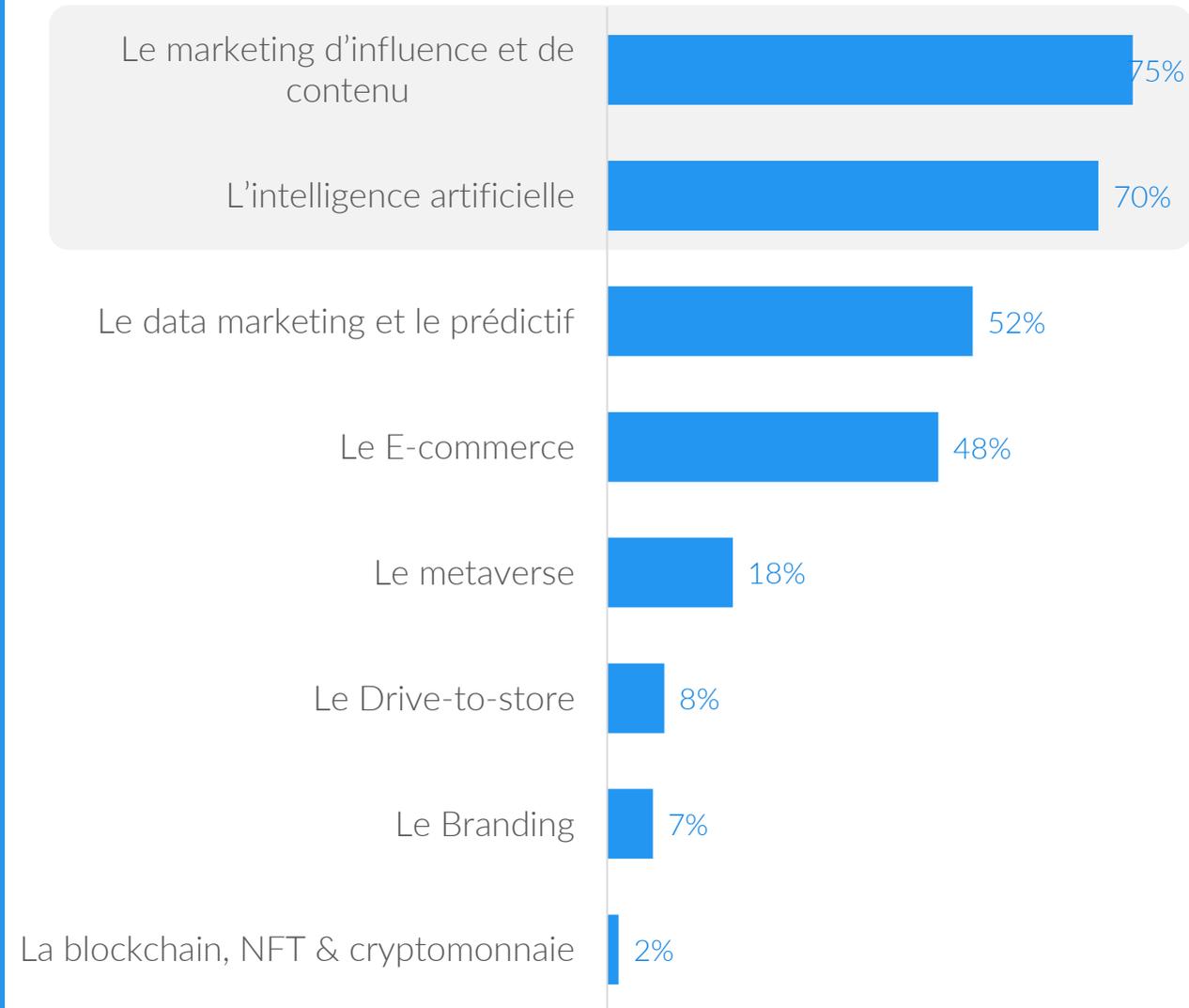
Le data marketing et le marketing digital dans un monde plus contraint : quels seront vos défis ?

Quelles sont vos grandes priorités à venir ?



La data au centre des investissements pour un impact marketing toujours plus efficace

Base : 102 répondants



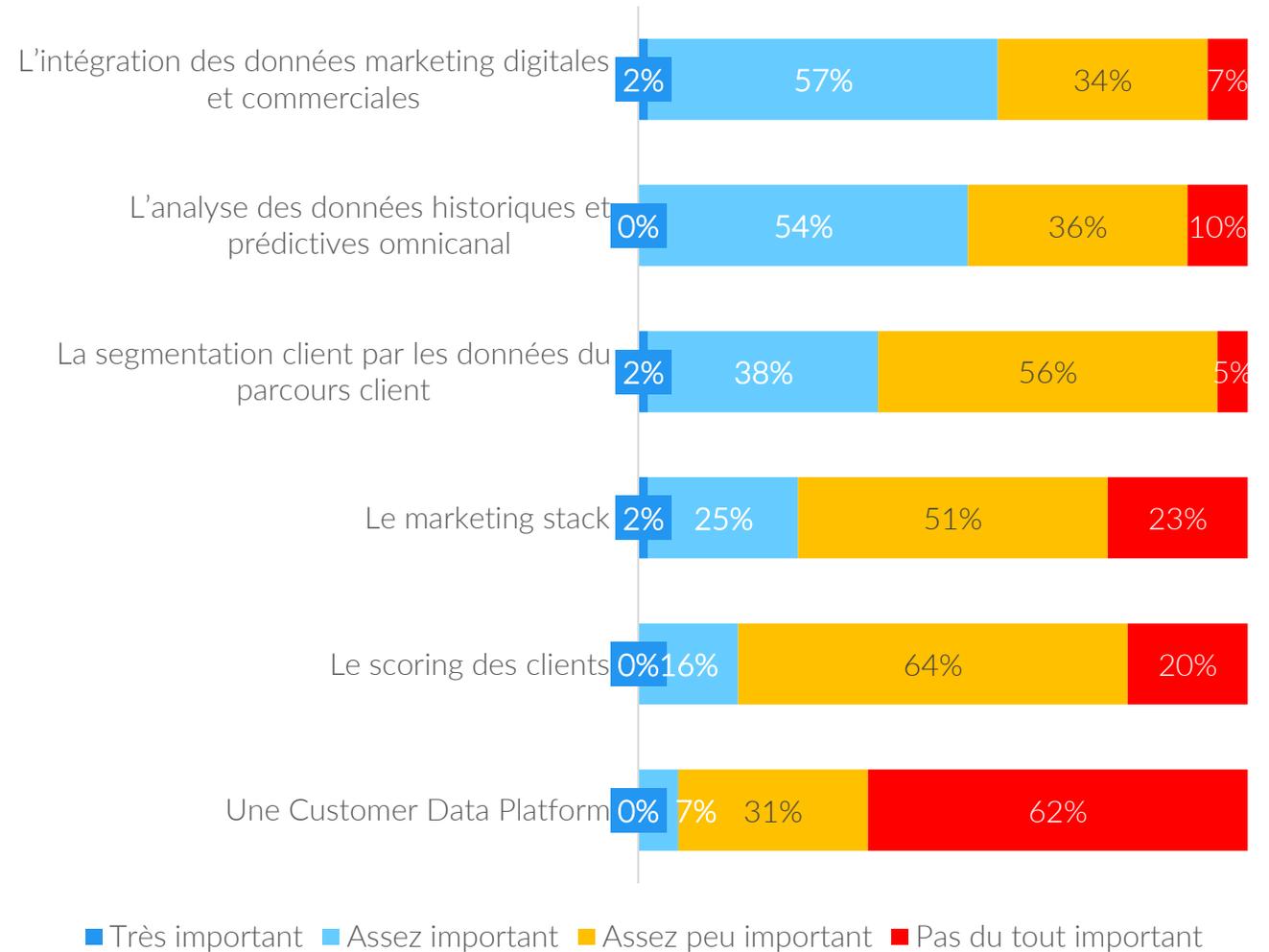
Le data marketing et le marketing digital dans un monde plus contraint : quels seront vos défis ?

Parmi les évolutions à venir en matière de digital, dans quelle mesure prévoyez-vous d'investir sur... Note sur 5



Des tendances en cohérence avec celles observées sur la question des enjeux liés à la réglementation (p.10)

Base : 102 répondants



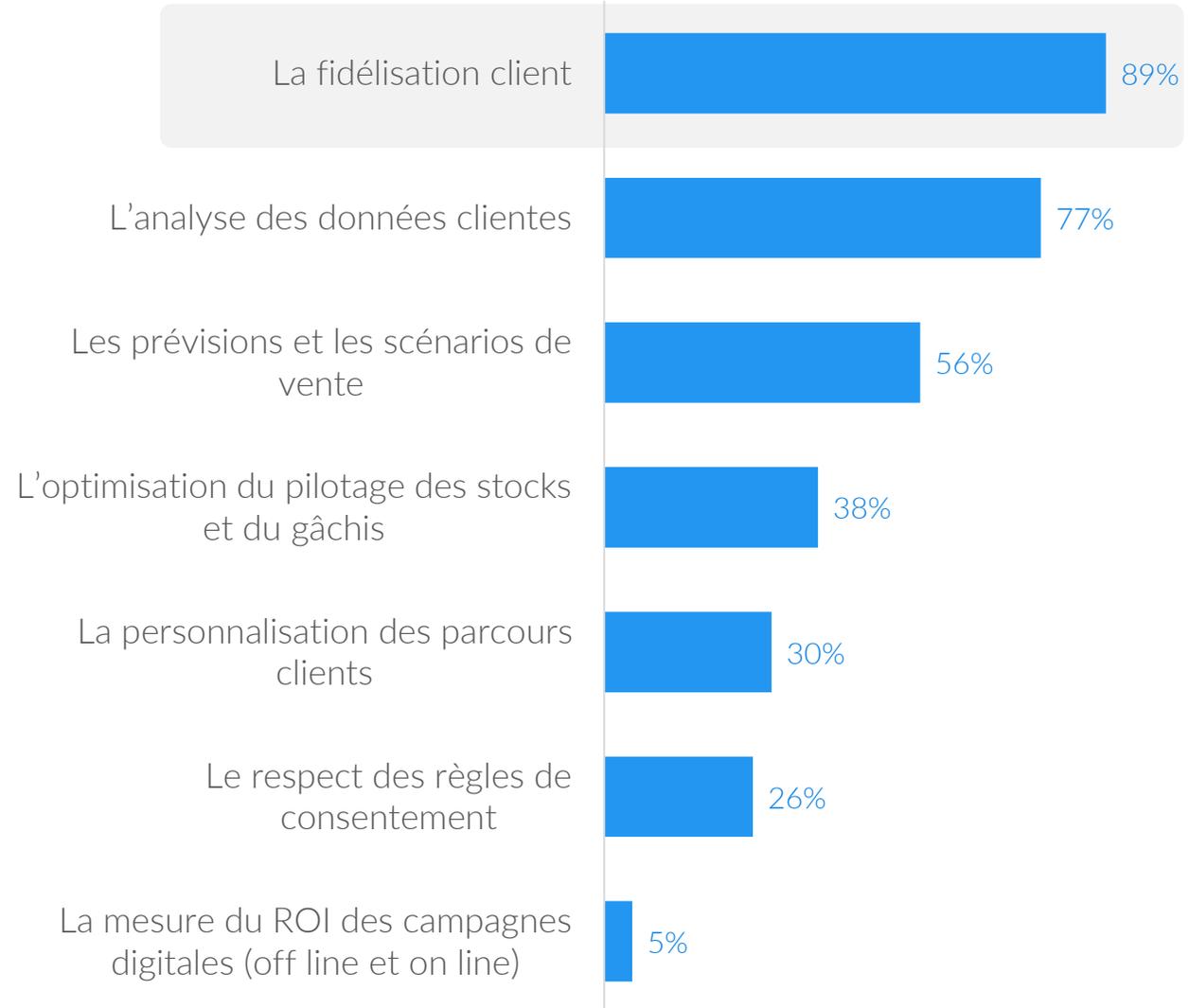
Le data marketing et le marketing digital dans un monde plus contraint : quels seront vos défis ?

Dans quels domaines pensez-vous que l'intelligence artificielle peut optimiser votre stratégie digitale ?



La fidélisation client, une nouvelle fois prioritaire

Base : 102 répondants



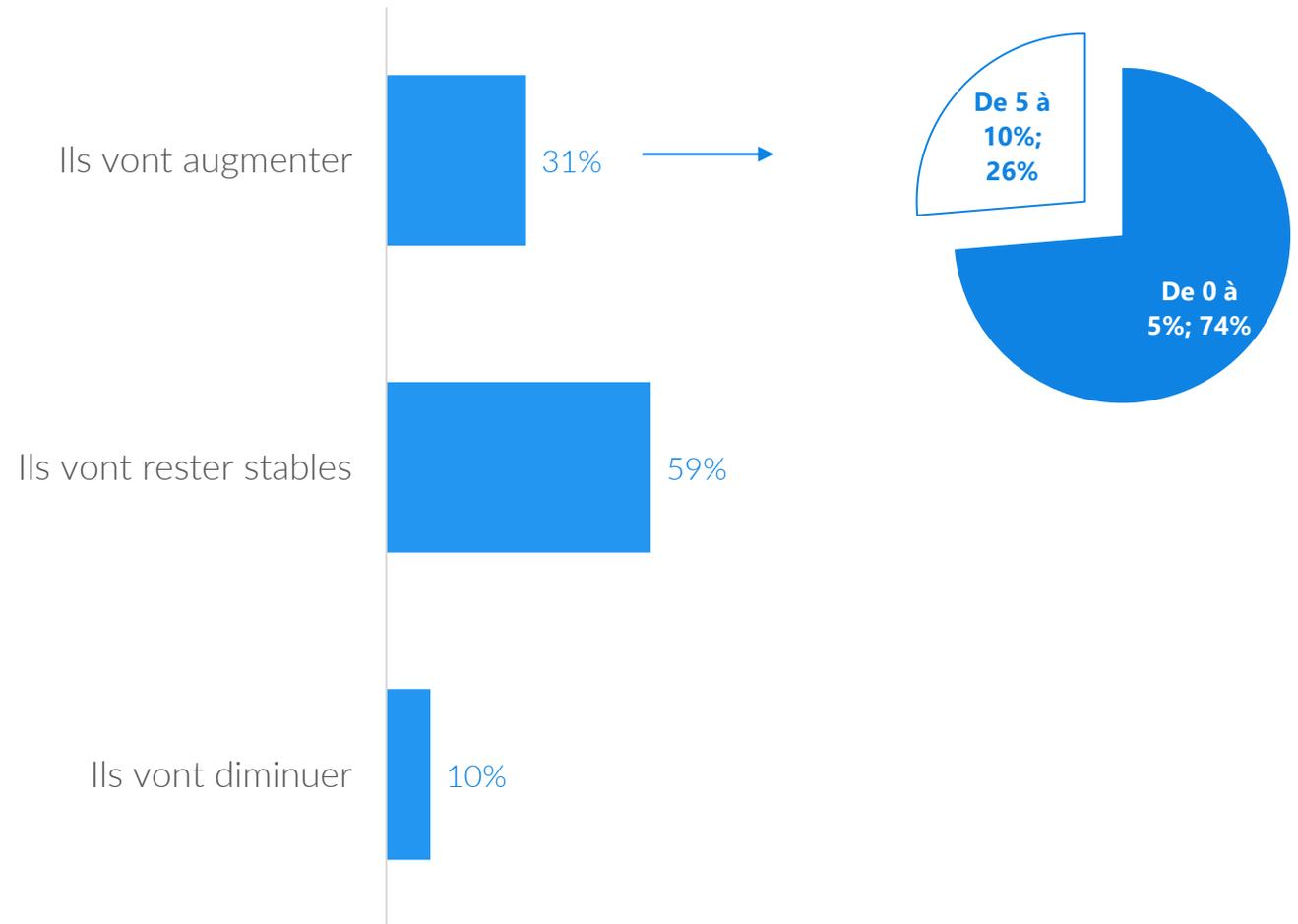
Le data marketing et le marketing digital dans un monde plus contraint : quels seront vos défis ?

Face au ralentissement économique, comment vos investissements digitaux vont-ils évoluer en 2022 par rapport au budget prévisionnel ?

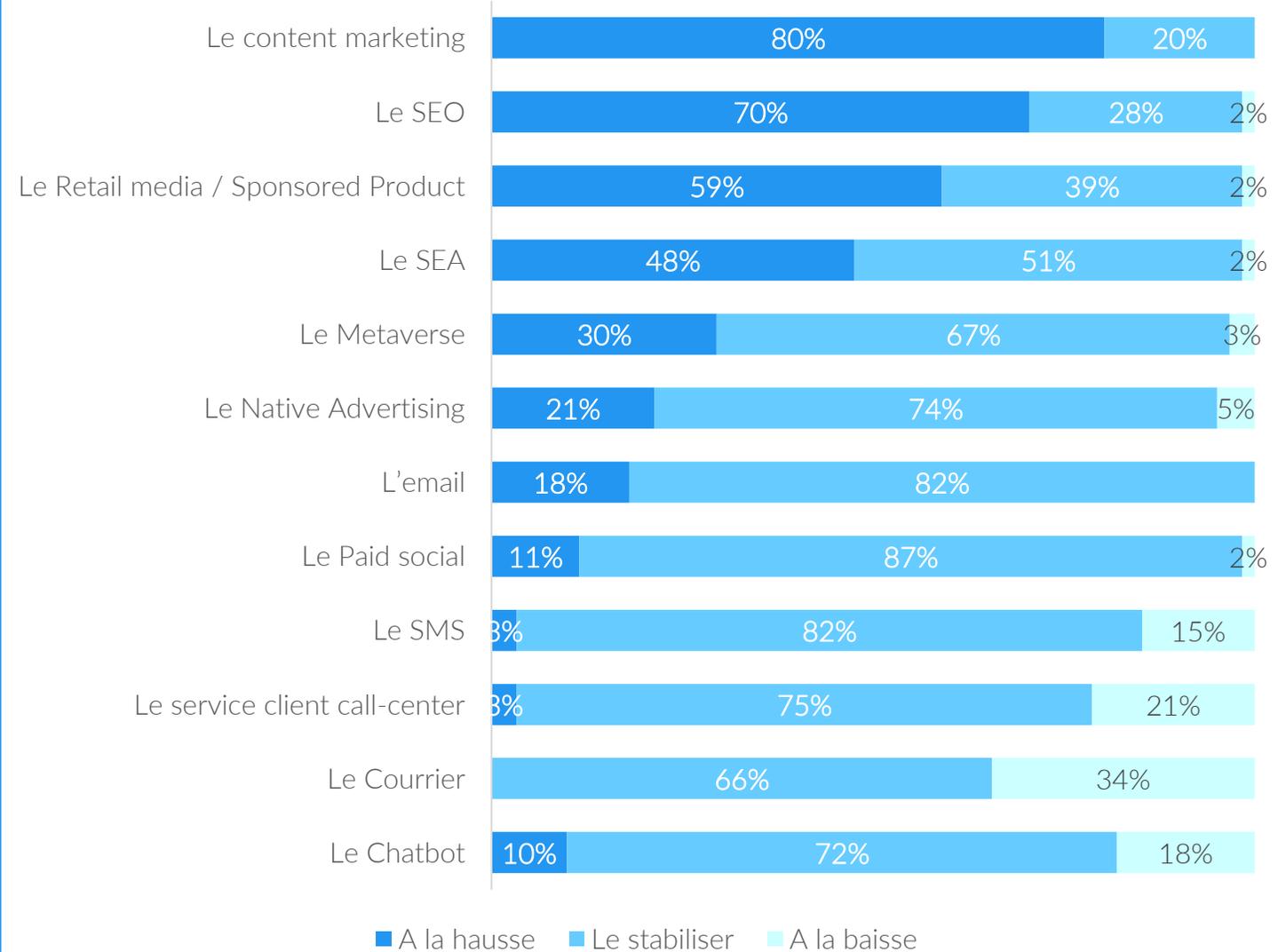


Le pessimisme sur les enjeux économiques à venir semble l'emporter

Base : 102 répondants



Sur chacun des supports suivants, comment pensez-vous arbitrer vos leviers marketing dans le futur en cas de crise économique plus prolongée ?

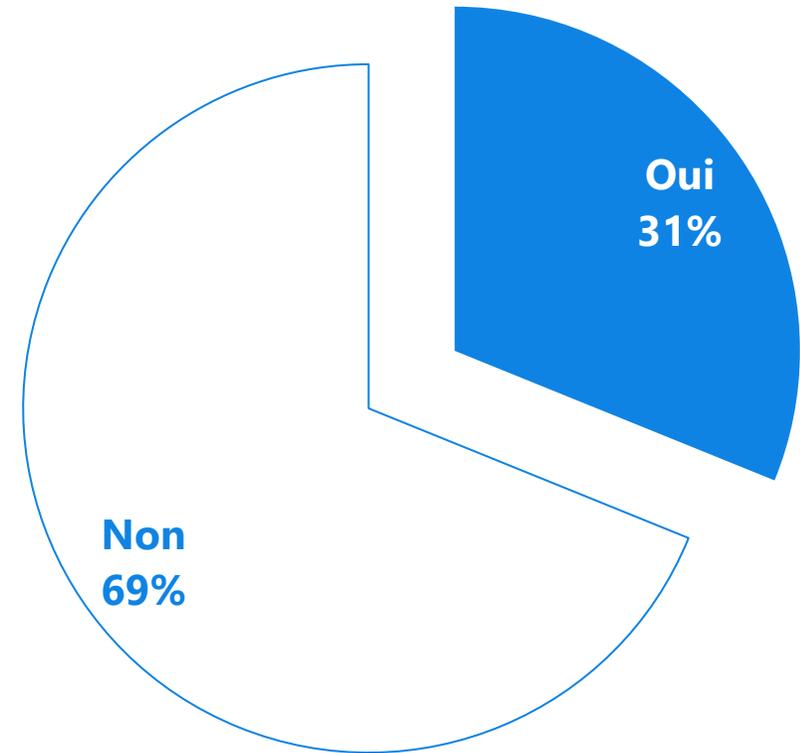


Avec les évolutions attendues en matière de réglementation sur les données, pensez-vous devoir continuer à investir dans la gestion des données clients et consommateurs ?



Une réponse qui pourrait être étonnante mais qui traduit le fait que c'est un sujet maîtrisé, en phase d'investissement et de sélection des acteurs dans un contexte économique nouveau, comme spécifié plus haut (p.15)

Base : 102 répondants



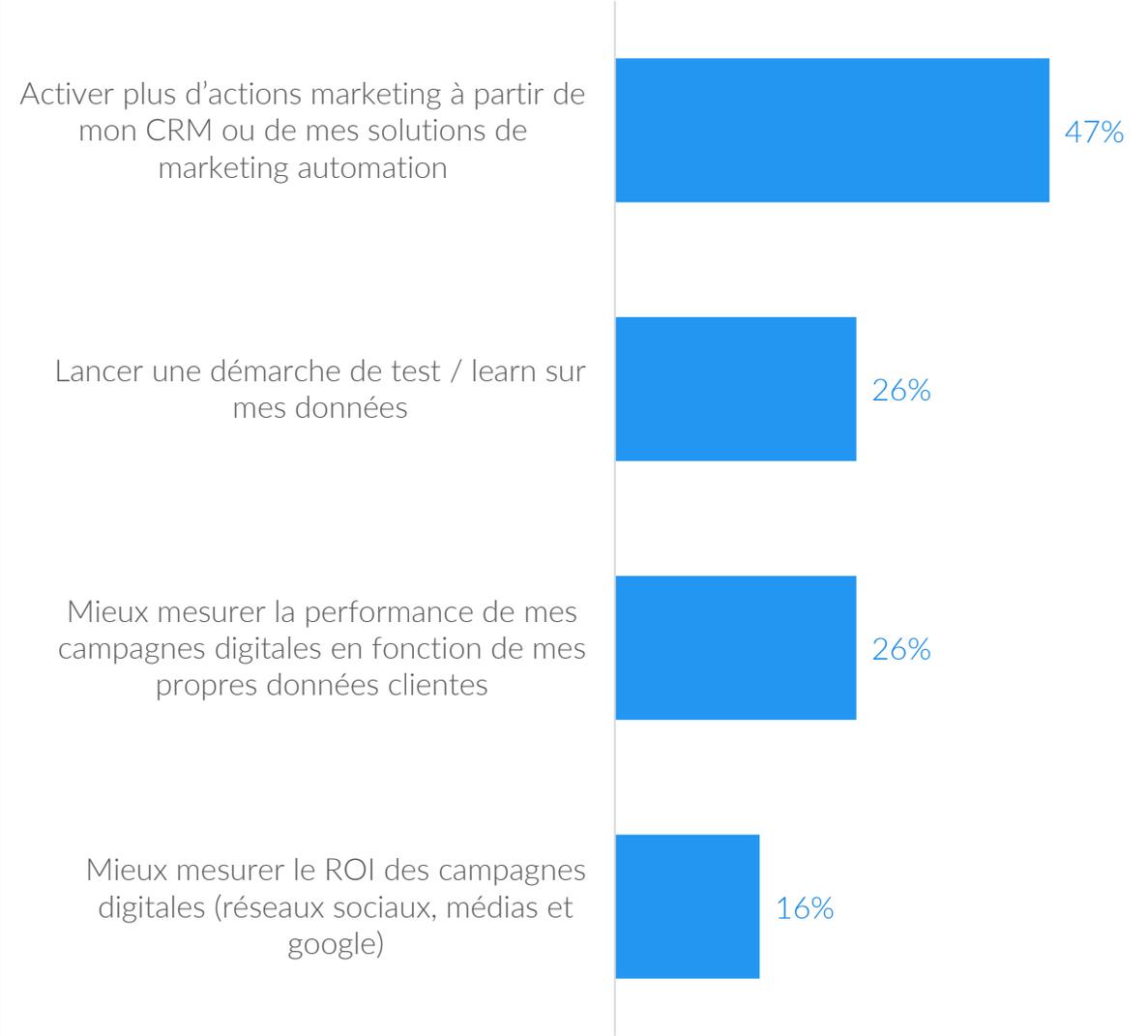
Le data marketing et le marketing digital dans un monde plus contraint : quels seront vos défis ?

Si oui, face à ces évolutions de réglementation sur les données, quels seront les domaines prioritaires selon vous ?



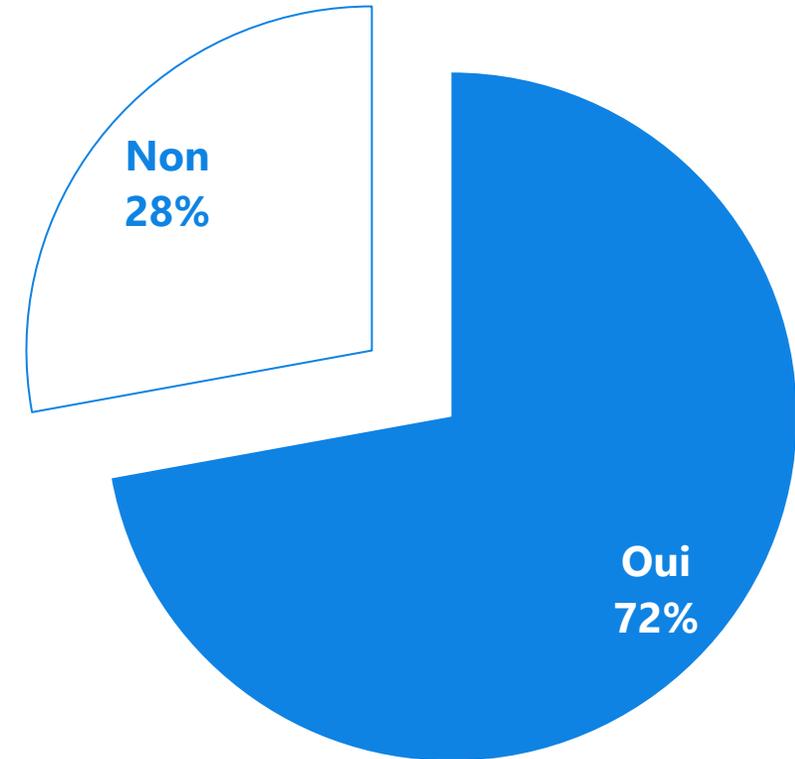
Le retour à un marketing de données vs un marketing des canaux digitaux

Base : 31 répondants souhaitant continuer à investir dans la gestion de données

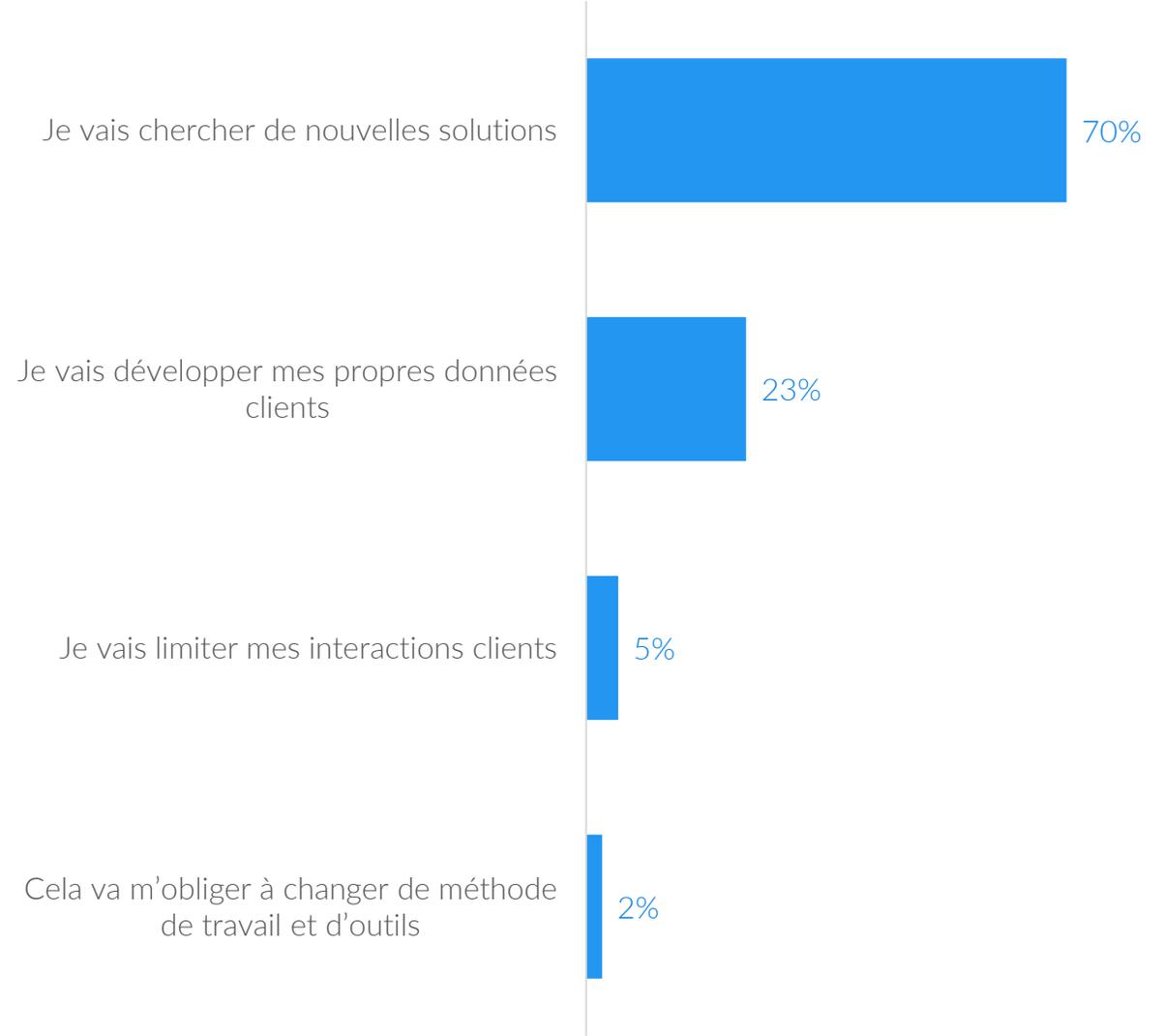


Le data marketing et le marketing digital dans un monde plus contraint : quels seront vos défis ?

Connaissez-vous le Digital Services Act qui a va être appliqué en janvier prochain ?



Si oui, quel va être selon vous l'impact sur votre stratégie digitale ?

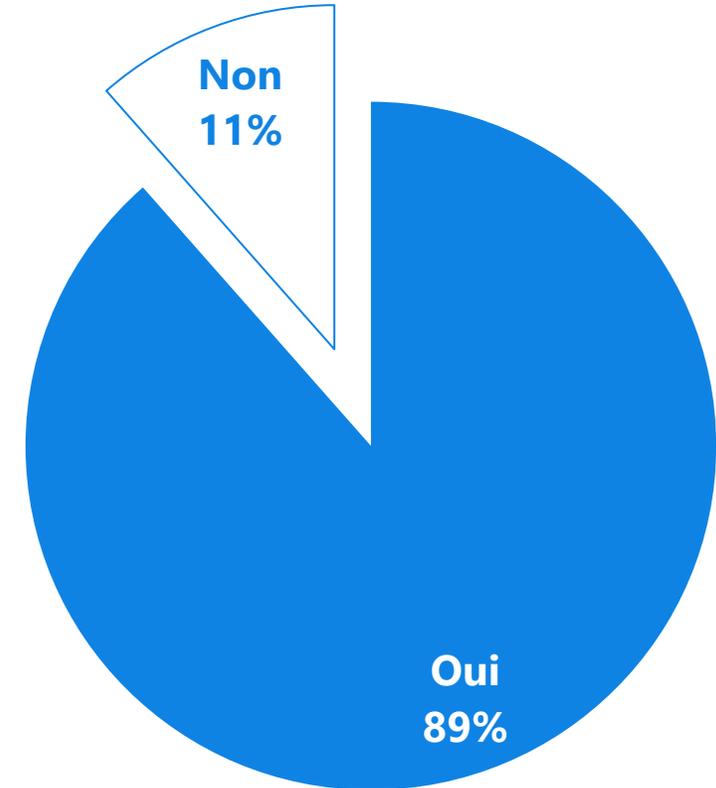


Pensez-vous que le marketing responsable sera un argument commercial dans le futur auprès de vos clients et consommateurs ?



S'ils sont encore pas majoritairement concernés (p.8), ils sont très conscients du marketing responsable face aux clients et consommateurs.

Base : 102 répondants



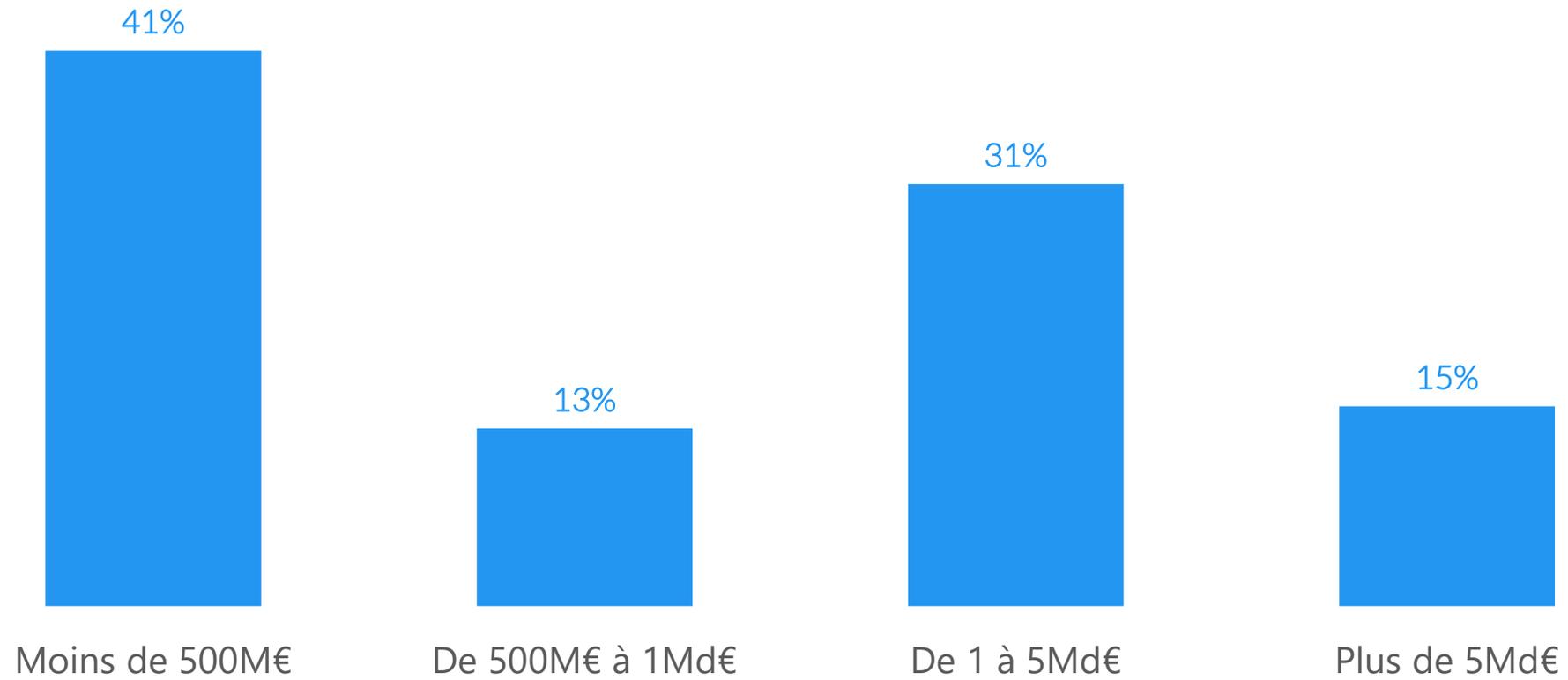
Le data marketing et le marketing digital dans un monde plus contraint : quels seront vos défis ?



Profil des répondants

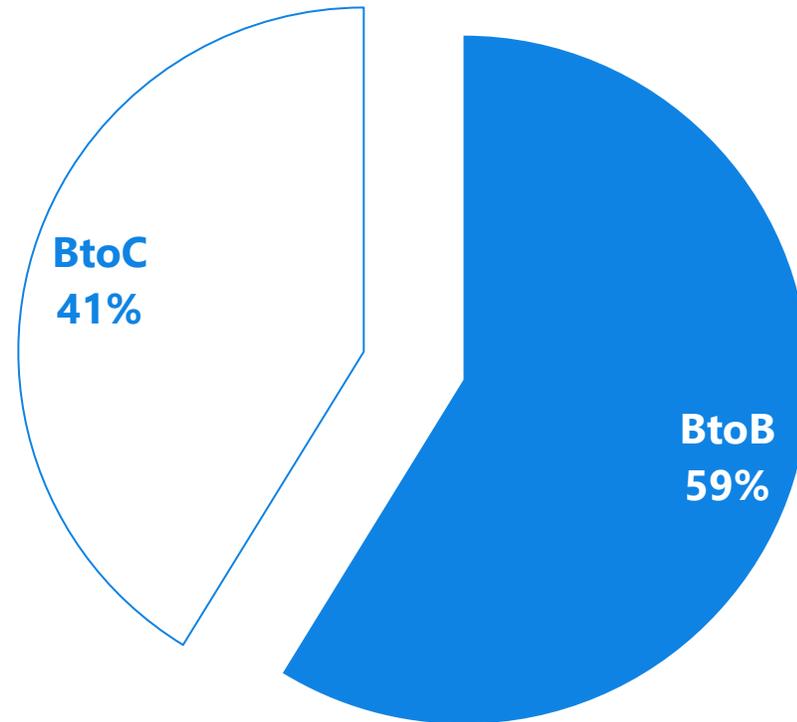
Le data marketing et le marketing digital dans un monde plus contraint
: quels seront vos défis ?

– CA de l'entreprise



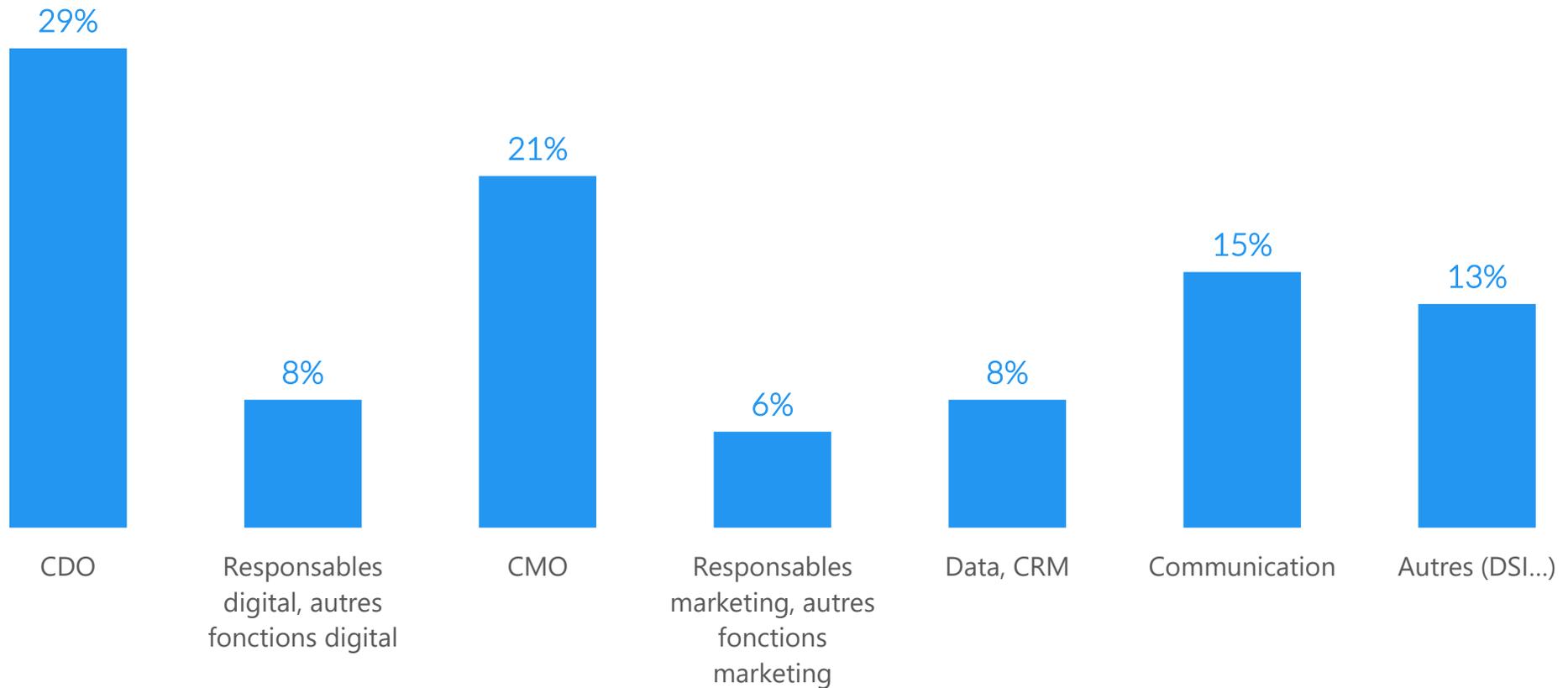
Base : 102 répondants

– Marché



Base : 102 répondants

– Poste occupé



Base : 102 répondants

– A propos de Spoking Polls

Spoking Polls est une solution conversationnelle d'études BtoB.

Spoking permet de générer des conversations digitales, par téléphone, et sur les réseaux sociaux avec vos clients ou prospects par les études. Spoking Polls crée et automatise, sur la base de ses solutions, les conversations que vous souhaitez engager avec vos clients et prospects. Nos services vous permettront de rendre, par exemple, vos commerciaux encore plus actifs dans l'écoute client. Mais aussi d'automatiser la remontée des feedback client en multi-canal et, de créer des enquêtes de satisfaction intégrées à vos ID clients disponibles sans coût de développement supplémentaire.

Eric Ochs

+33(0)6 07 49 09 49

contact@spokingpolls.com

SPOKING POLLS

74 rue Bonaparte,

75006 PARIS