



Digital, IA, ROI :

3 illusions qui vont freiner votre marketing en 2026

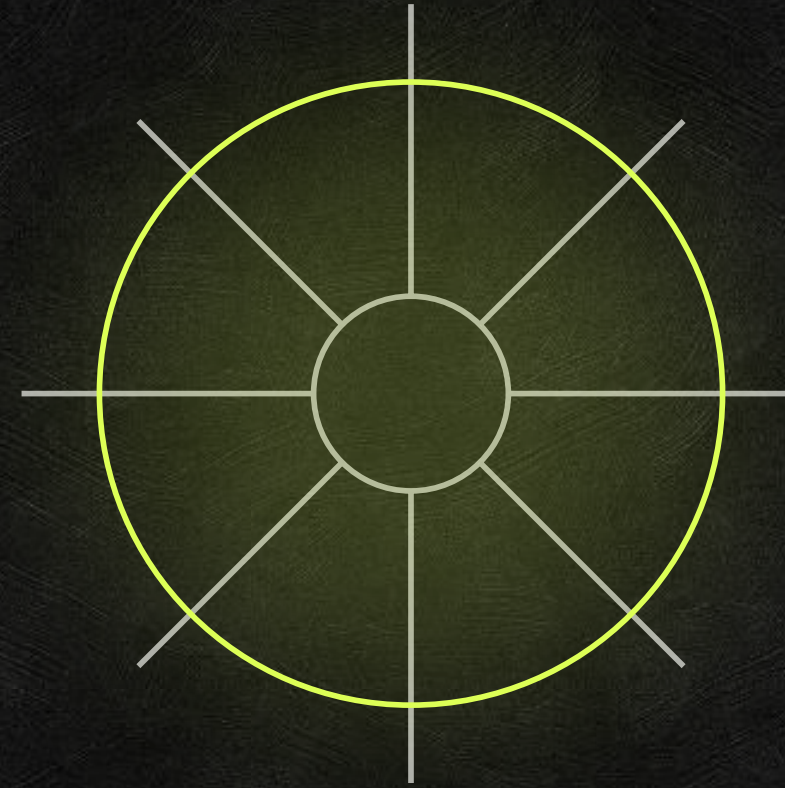
Localisation

Le Village by CA

Date

Mercredi 19 novembre

**L'IA est venue bousculer les
organisations marketing**

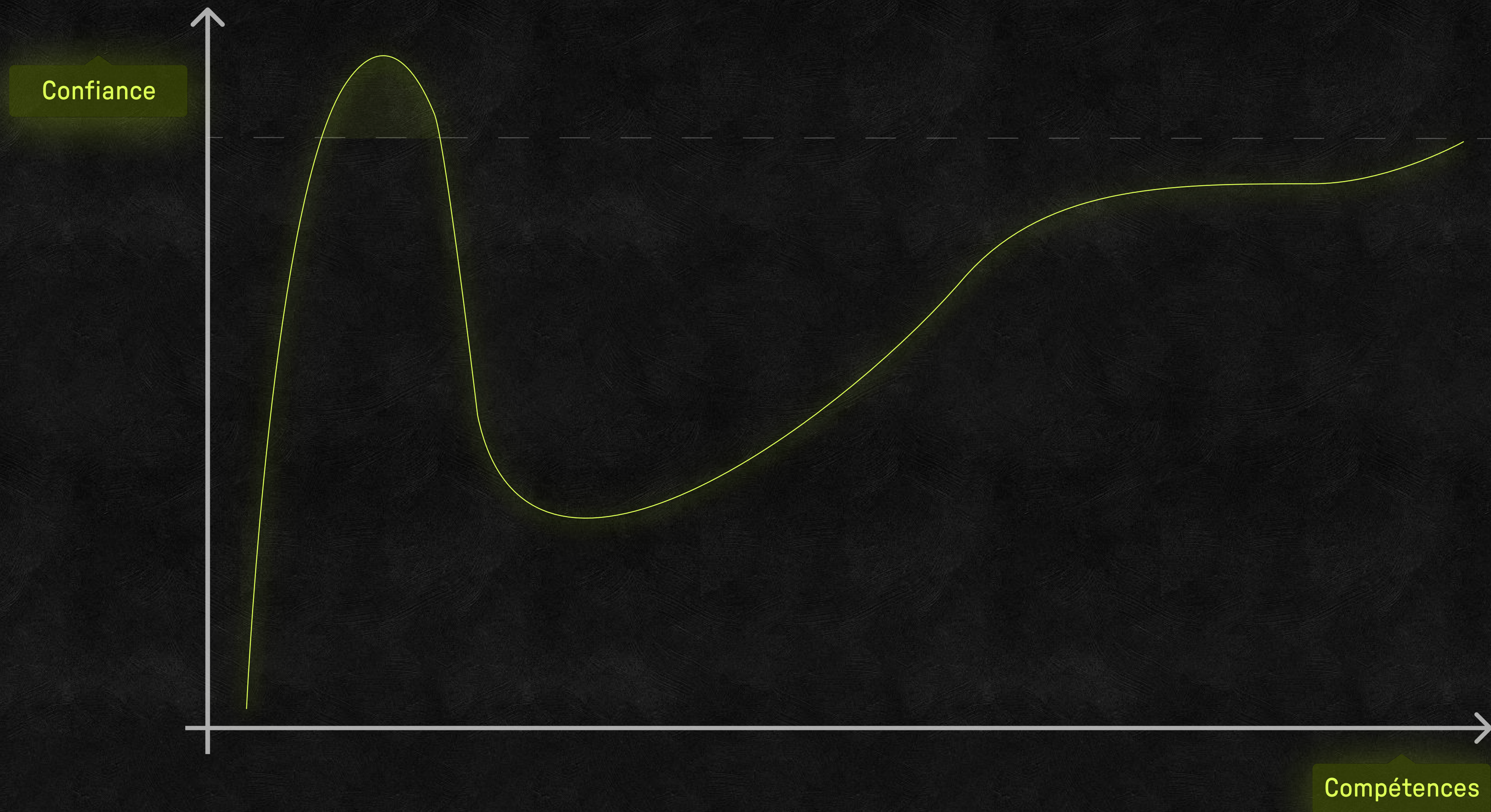


Cela vient challenger certains fondamentaux

Organisation d'équipe, budget, outils, compétences, data...



L'effet **dunning kruger**

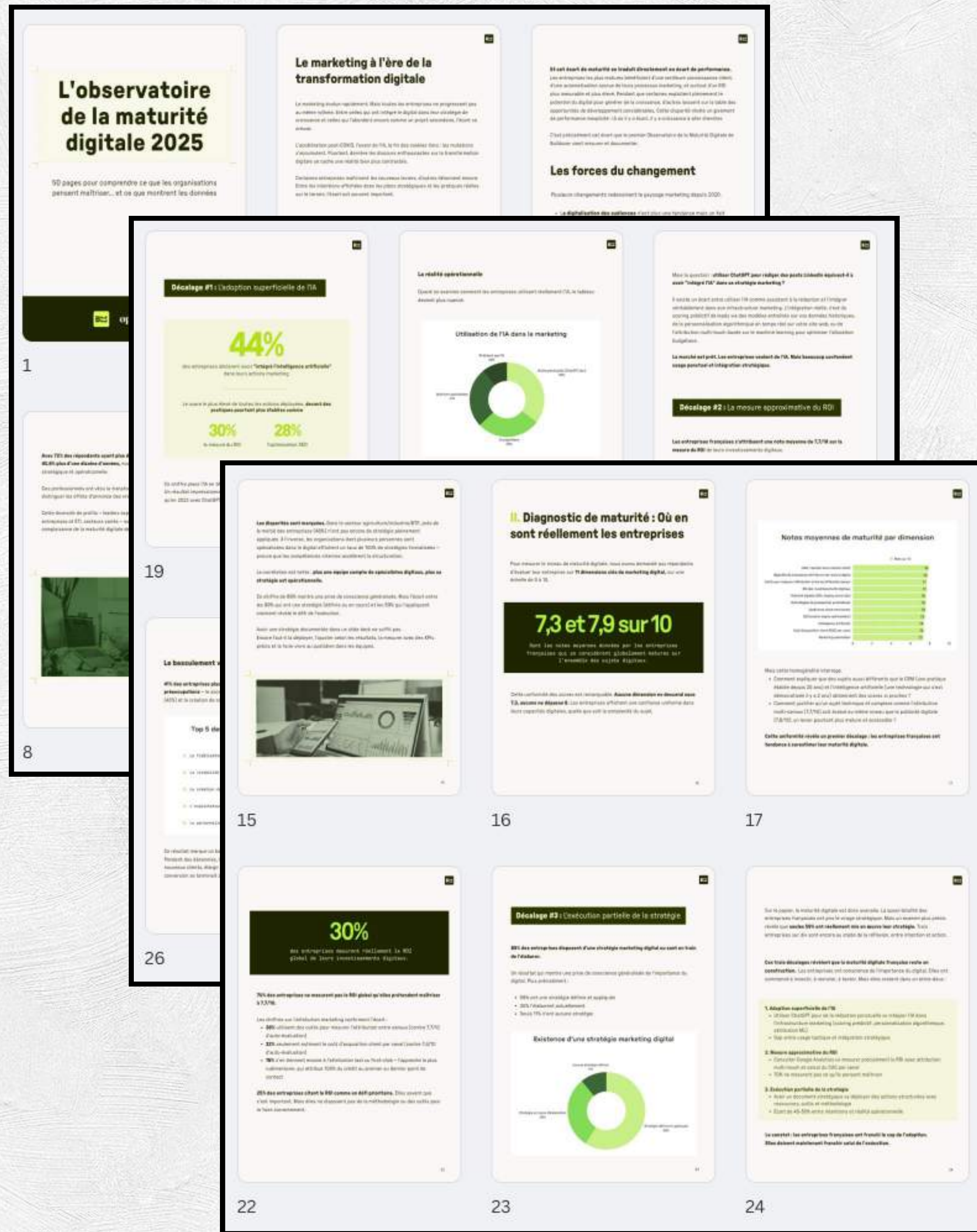


**Nous avons la chance de voir ce qui se
fait de mieux avec Bulldozer.**

**Mais où se situent réellement
l'ensemble des entreprises françaises
en 2025 ?**

**Avec OpinionWay, nous avons interrogé 200
leaders marketing sur leur niveau de maturité
dans 11 domaines.**





L'ensemble de l'étude
est disponible sur :
bulldozer-collective.com/telecharger

Premier constat

DES NOTES HOMOGENES SUR TOUS LES SUJETS



CRM



ROI DIGITAL



IA



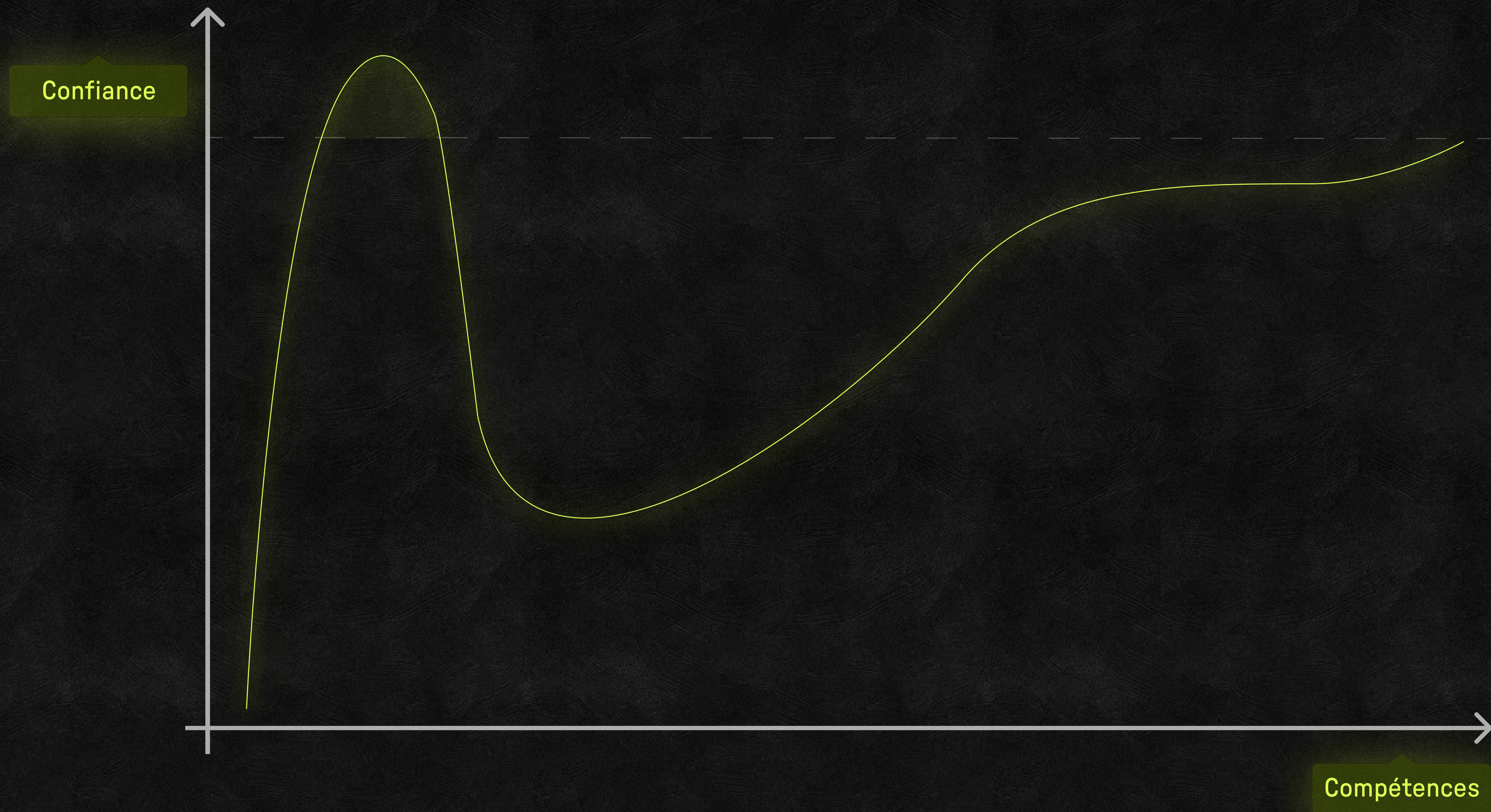
ATTRIBUTION

Plot twist

**On a posé les mêmes questions
aux experts Bulldozer**

**Les entreprises se surestiment de
23% en moyenne**

L'effet **dunning kruger**

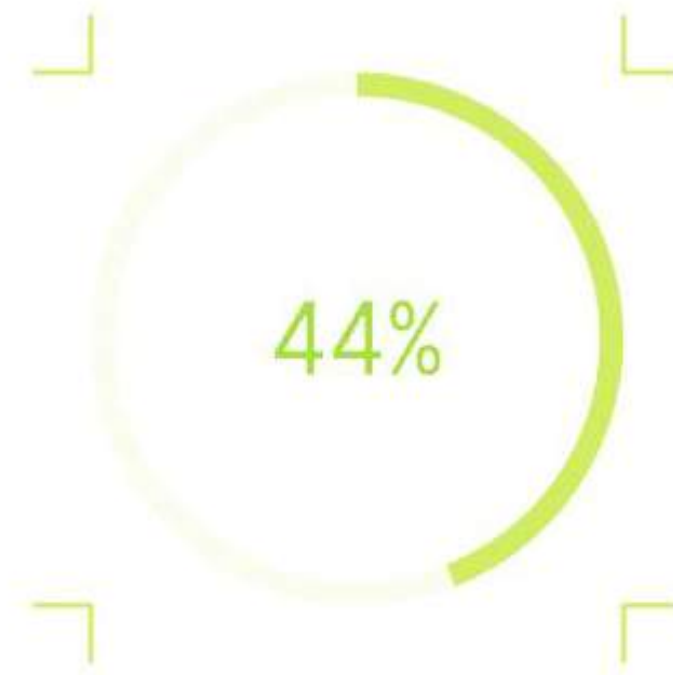


Les grands résultats



**89% DÉCLARENT AVOIR
UNE STRATÉGIE
DIGITALE**

Mais seuls **59%**
l'appliquent
réellement.



**44% DÉCLARENT
AVOIR INTÉGRÉ L'IA**

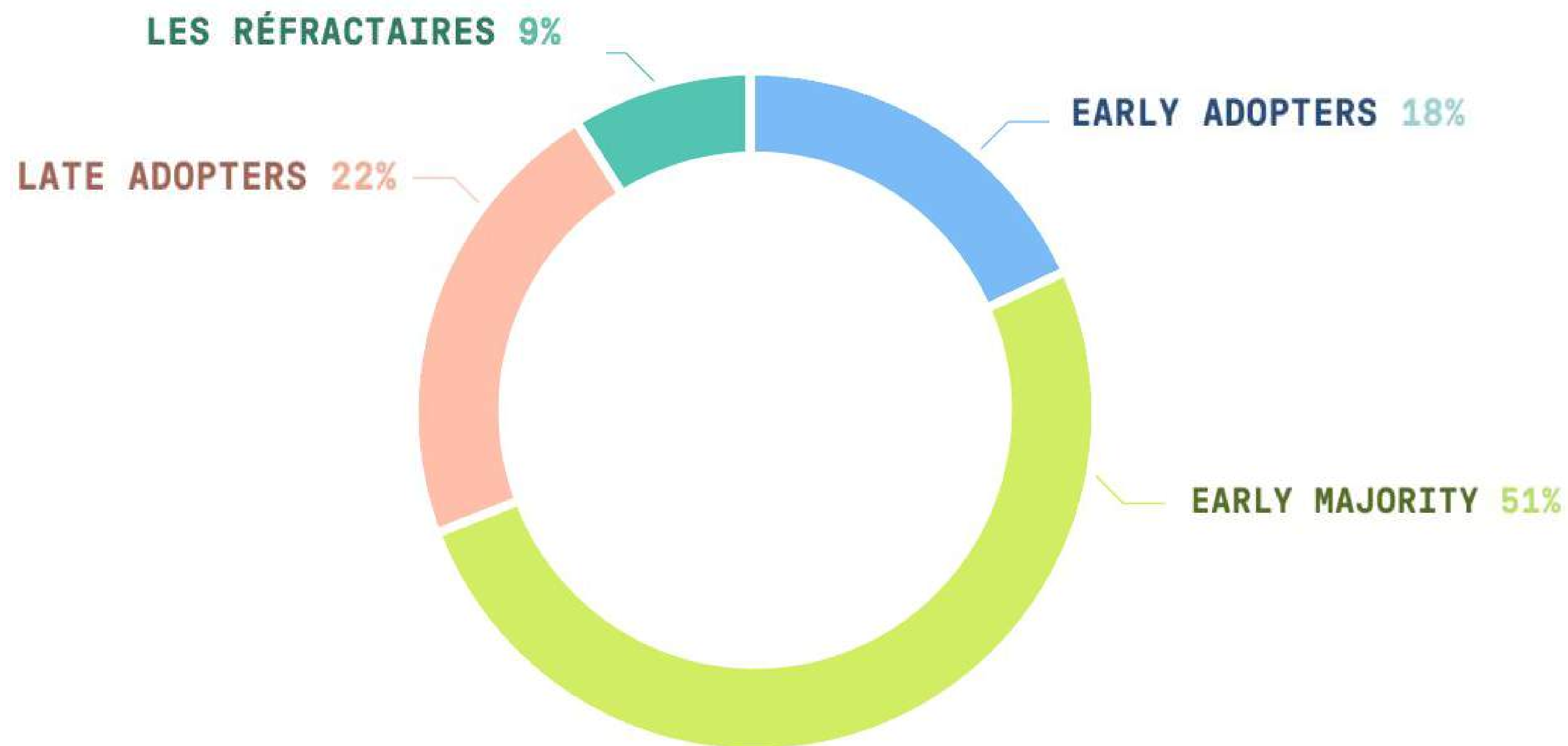
Mais **64% se limitent à**
ChatGPT pour rédiger du
contenu.



**96% CONSTATENT UN
IMPACT POSITIF DU
DIGITAL**

Mais **70% des entreprises**
y allouent moins de la
moitié de leur budget

4 approches face au digital



Faites le test



Digital Marketing - Maturity Index

Plan d'action pour 2026

Si vous voulez faire VRAIMENT partie des best in class

L'**IA** vient paradoxalement remettre
au centre **les fondamentaux.**

"Garbage in Garbage out"

Pour tirer de la **vraie valeur** de l'**IA**, il faut :

Une first-party data propre et structurée

Un CRM organisé et enrichi

(27% citent l'exploitation CRM comme défi)

Un tracking fiable et avancé

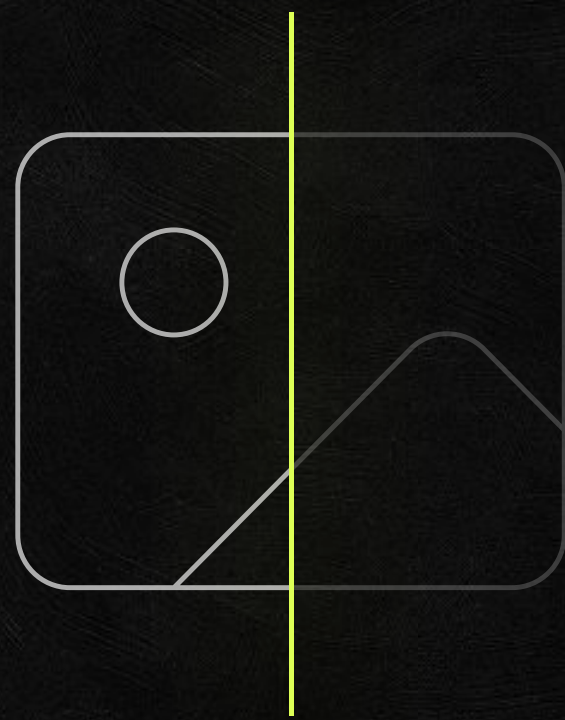
(70% ne mesurent pas le ROI global)

Une culture data interne forte

(absence de culture data dans 70% des entreprises auditées)

DANS L'ÉCHANTILLON INTÉROGÉ **64%** UTILISENT CHATGPT

Les 3 use cases principaux de l'IA



Créativité

Exploration d'angles, challenge d'idées, insights

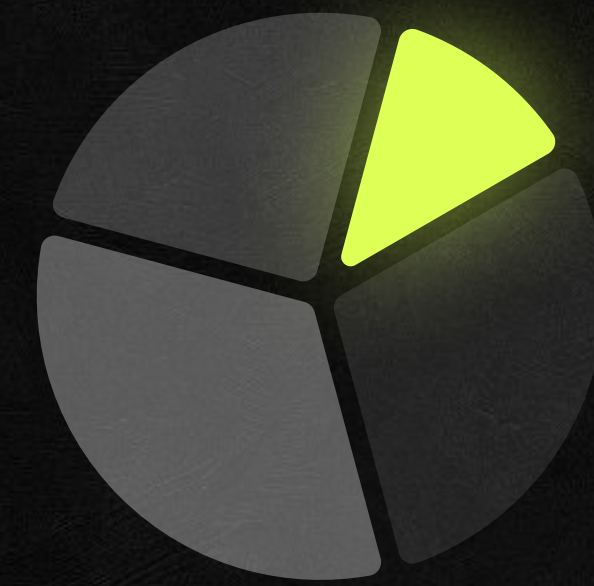
OUTILS :
CHATGPT, CLAUDE, GEMINI



Création

Images, vidéos, contenus, templates

OUTILS :
FIGMA, PLETOR, GETMINT



Productivité

Automatisation, standardisation, réduction des frictions

OUTILS :
AGENTFORCE, N8N, LINDY

WHICH ONE IS AI?



EASY



WHICH ONE IS AI?



EASY



WHICH ONE IS AI?



EASY



WHICH ONE IS AI?



EASY



WHICH ONE IS AI?



EASY



WHICH ONE IS AI?



EASY



Mise en pratique observée chez **nos clients.**



Programmatic SEO

Templates + variables + génération automatique

OUTILS : WEBFLOW, WHALESYNC



ABX B2B

Messages activés selon intent signals.

OUTILS : CLAY, CARGO



Séquences email dynamiques

Basées sur le comportement réel

OUTILS : REELEVANT, HUBSPOT

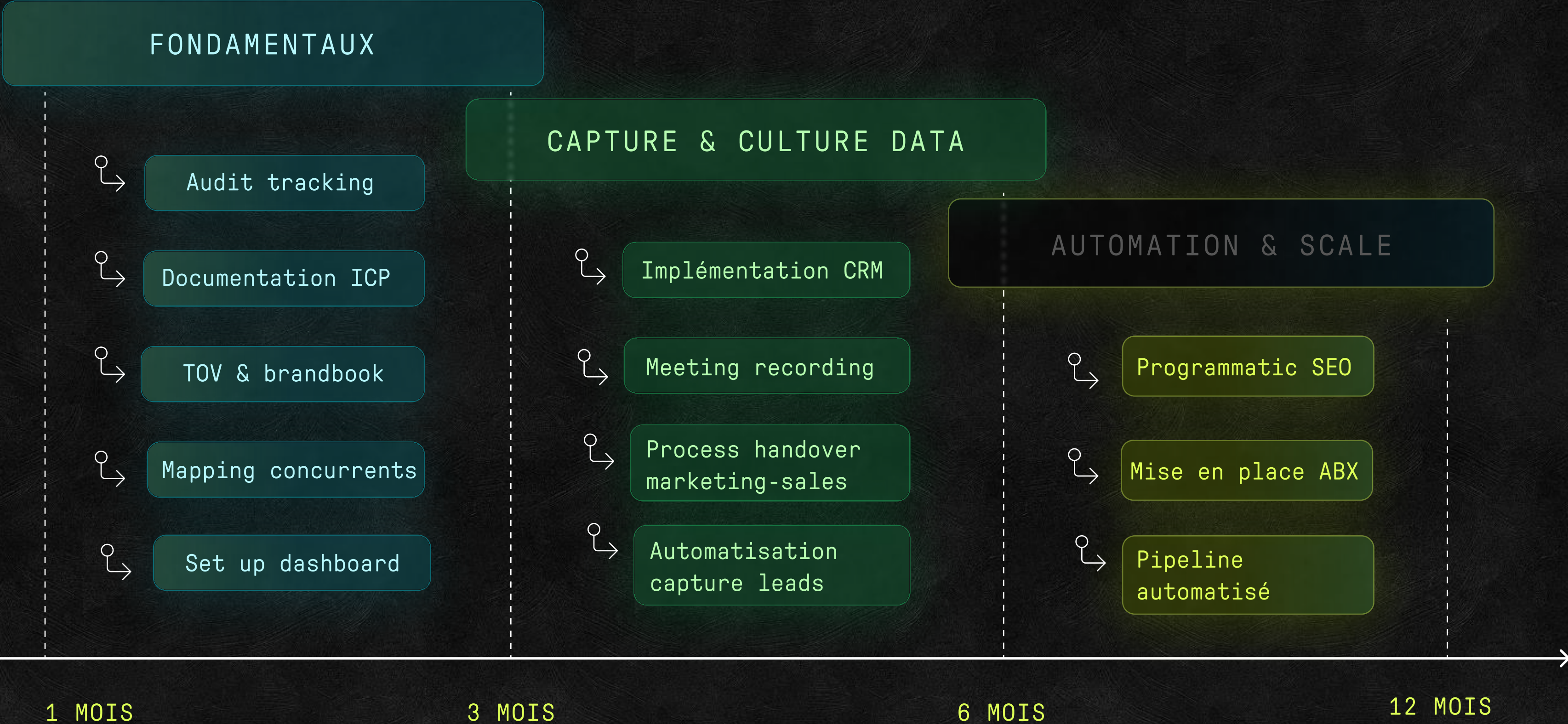


Landing pages personnalisées

Selon industrie, taille, maturité

OUTILS : WEBFLOW, LANDERMAGIC

Planning de **déploiement**.



L'**IA** va créer des attentes
irréalistes envers le **marketing**.
Formez vos équipes aux réalités
techniques dès maintenant pour
éviter les conflits entre
attentes vs. réalité.

Mesurez votre maturité digitale en **8 minutes** ✨

Répondez à notre questionnaire et obtenez un diagnostic précis : votre score de maturité, votre position face à vos concurrents, et les leviers de progression prioritaires .



Où vous en êtes face à vos concurrents

Votre performance mesurée par rapport aux entreprises de votre secteur.



Quelle est votre maturité réelle ?

Une note qui évalue votre niveau de maturité digitale marketing.



Par où commencer

Les leviers prioritaires pour combler vos écarts de performance.





**L'étude qui révèle les écarts.
Le partenaire qui les comble.**

www.bulldozer-collective.com