

DEMAND GEN VS LEAD GEN

STRATÉGIE GROWTH 2024

En 2024, je propose qu'on oublie les concepts de TOFU, MOFU, BOFU.

La réflexion est tournée vers le contenu (et pas l'audience), les frontières sont trop floues, les stratégies qui en découlent sont généralement pourries.

Ce que je préconise, c'est de s'appuyer sur les "5 stages of awareness" d'Eugene Schwartz et de construire ses stratégies Demand Gen & Lead Gen à partir de ça.

Exemples :

- Pour les "Unaware" on va faire des posts LinkedIn
- Pour les "Solution aware" on va faire du contenu long sur Youtube
- Pour les "Most aware" on va écrire des contenus SEO

Tous ces contenus peuvent être "BOFU" - encore une fois, c'est pas ça le sujet - mais au moins ils se concentrent sur l'audience, sa connaissance du marché, ses douleurs, etc.

Et comme c'est l'audience qui achète... 🧑



Jordan Chenevier-Truchet
@jordanchenevier

STRATÉGIE GROWTH 2024

DEMAND GEN VS LEAD-GEN

	Demand Generation	Lead Generation
Audience		
Canaux	   	   
Objectifs	Sensibiliser et susciter l'intérêt pour le produit ou le service.	Convertir les prospects prêts à passer à l'étape suivante du parcours d'achat.
Stratégie	Approche à long terme axée sur la création de relations avec les clients potentiels.	Court terme conçue pour faire avancer les clients potentiels dans le funnel et les convertir en clients payants.
Tactiques	Content marketing, réseaux sociaux, email, événements et publicité...	Content marketing, email, réseaux sociaux, SEO, PPC...
Cycle de vente	Long terme, peut s'étendre sur des mois voir des années.	Plus court par rapport à la génération de demande, axé sur la conversion.
Metrics	Trafic sur le site web, engagement sur les réseaux sociaux, notoriété globale de la marque & leads.	Qualité des leads, taux de conversion et temps de closing.

