

Le content marketing consiste à créer et distribuer du contenu de valeur, pertinent et utile de façon constante afin d'attirer et d'acquérir une audience clairement définie.

Pourquoi le content marketing va développer votre entreprise ?

Dans quel but ?

59% des services marketing créent du contenu dans une optique de génération de leads.

43% des services marketing créent du contenu pour éduquer les prospects et/ou clients.

40% des services marketing créent du contenu dans une optique de Brand awareness.

Source : LinkedIn Technology Marketing Community

61% des marketeurs B2B considèrent que le plus grand challenge dans leur travail est d'obtenir des leads qualifiés.

Source : ION Interactive

86% des organisations « hautement efficaces » possèdent une stratégie de content marketing.

Source : Content Marketing Institute

Et pour cause...

78% des consommateurs vous accorderont plus facilement leur confiance, si vous proposez du contenu personnalisé.

Source : Altimeter

Car

77% des prospects pensent qu'une marque qui produit des vidéos est plus engagée dans sa mission.

Source : Semrush

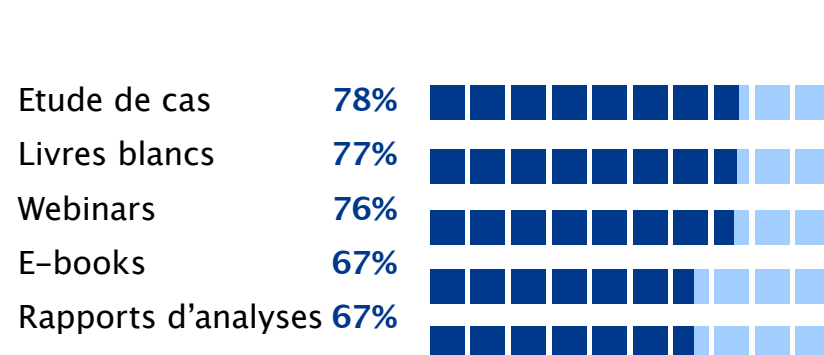
néanmoins,

65% des marketeurs B2B rencontrent des difficultés à identifier quels contenus sont efficaces et lesquels ne le sont pas.

Source : Content Marketing Institute

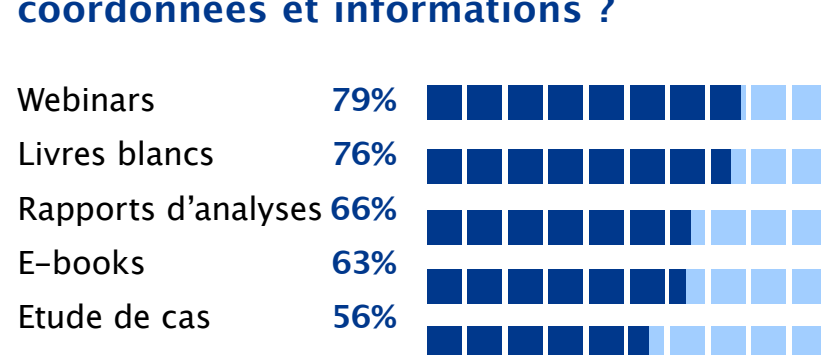
Alors que faut-il savoir ?

Quels types de contenus les marketeurs B2B produisent sur une année ?



Source : DemandGen

Pour quels types de contenus les prospects sont prêts à donner coordonnées et informations ?



Source : DemandGen

également,

49% des marketeurs apprennent à créer du marketing de contenu qui s'adapte à leur buyer's journey.

Source : Lenati

82% des marketeurs qui bloggent, ont un ROI positif de leur stratégie d'inbound marketing.

Source : Hubspot

Le taux d'engagement moyen à un webinar (présence au live + replay) est de **51,6%**

Source : Webikeo

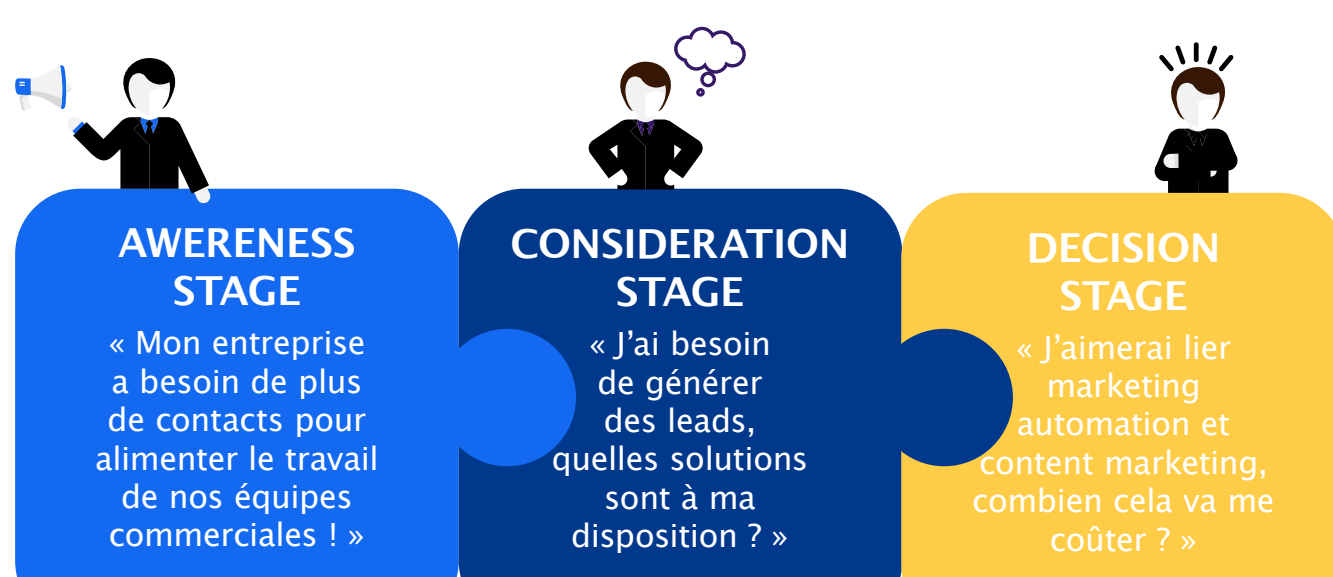
or,

67% des buyer's journey s'effectuent désormais en ligne.

9/10 individus déclarent que le content marketing a un impact qui va de modéré à majeur sur la décision d'achat.

Source : Lenati

La buyer's journey, c'est quoi ?



Et le Roi ?

Le Content Marketing coûte **62%** moins cher que le marketing traditionnel,

Le Content Marketing coûte jusqu'à **41%** de moins par lead que la recherche payante pour les grosses entreprises,

et génère environ **3 fois plus de leads.**

et jusqu'à **31%** pour les PME.

Source : DemandMetric

Source : Kapost

Infopro Digital Média, votre partenaire pour cibler les décideurs B2B

Parce que le marché du B2B est en constante évolution, nous avons développé un panel de solutions innovantes pour vous aider à anticiper les besoins des décideurs B2B, à augmenter votre chiffre d'affaires et à rencontrer vos futurs clients.

Nos solutions, clés en main, s'appuient sur 35 marques médias puissantes*, influentes et leaders sur leur marché pour vous garantir notoriété, développement business et faire de vous LE référent de votre secteur. Adresser le bon message à la bonne personne au bon moment sur le bon canal de communication : voici notre promesse !

Nous rassemblons chaque mois 12 millions de visiteurs uniques, décideurs et experts avec 56% d'audience exclusive par rapport aux autres sites économiques et disposons d'une data 1st party de 4 millions de professionnels intentionnistes qualifiés.

*LSA, Moniteur, L'Argus de l'assurance, La Gazette des Communes, L'Usine Nouvelle, L'Usine Digitale...

Une question ? Un projet ?

Contactez **Stéphanie GUILLOTIN**

stephanie.guillotin@infopro-digital.com

07 65 16 91 43

in CLIQUEZ ICI pour nous suivre

INFOPRO DIGITAL MEDIA

La page LinkedIn suit toute l'actualité de la filière, les salons, les offres, les bonnes pratiques...