

Communiqué de presse

Le CMIT, Nomination, ISM, présentent le Baromètre « Alignement Sales & Marketing »

« Du mieux mais encore beaucoup à faire en 2022 » : 43% des entreprises estiment que leurs services Marketing et Commercial sont alignés

Paris, le 5 avril 2023 - Le [CMIT](#), [Nomination](#), [ISM](#), présentent dans cette infographie le Baromètre « Alignement Sales & Marketing » 2022. Qu'en est-il de l'alignement entre les deux équipes Marketing et commercial ? Quels sont les constats ? Ce sujet reste une préoccupation dans l'entreprise pour fédérer ses deux équipes dans une direction commune.

« Cette année encore, on aperçoit une réelle volonté des entreprises à aligner ses équipes sales et marketing. La collaboration entre ses services est clairement la clé pour gagner en performance et quand les entreprises s'y mettent, les résultats sont éloquentes. La preuve, chez Nomination, +50% des deals sont issus de leads venant du marketing ! » **Benoit Marcellin, Directeur marketing et DGA de Nomination.**

« Force est de constater que la symbiose entre marketing et sales n'est pas encore totale, loin de là ! Mais petit à petit le partage d'un langage, d'une culture et d'objectifs communs s'impose comme une évidence. Comment faire tomber les silos qui séparent ces équipes qui ont pourtant tout à gagner en travaillant main dans la main ? Quels enseignements retirer auprès de ceux qui se sont lancés dans cette difficile entreprise de réconciliation ? » **Sébastien Brunet, Responsable Marketing ISM**

Cette nouvelle édition 2022 montre une vraie de volonté de ne plus faire cavalier seul des deux directions ! L'importance de travailler en équipe pour atteindre des objectifs communs est intégrée : une approche gagnante-gagnante pour l'identification des prospect et l'engagement client. On constate donc une amélioration par rapport à 2021 : 43% des entreprises estiment que leurs services marketing et commercial sont alignés (vs 40% en 2021).

Les 6 enseignements de ce baromètre « Alignement Sales Marketing »

« L'alignement entre sales et marketing ressemble à un vœu pieux, une espèce d'invocation. Malgré tout, au fil des années, à force de rapprochements plus ou moins forcés, d'objectifs de plus en plus partagés, de relations de moins en moins étanches, ce qui s'apparentait à une chimère devient de plus en plus tangible. Majoritairement, ce n'est pas encore l'union sacrée. Pourtant, les résultats et la performance des entreprises alignées devraient inspirer les autres. » **David Benguigui, Social Media & Content Management Director, Prodware France, Vice-Président du CMIT**

1 - Le top des causes du non-alignement :

- 67% pensent que cela est dû à des objectifs stratégiques non partagés, mais en amélioration de plus de 8% ;
- 29% estiment qu'il s'agit d'une absence de dirigeants commun ;
- 67% expriment que le profil des différentes équipes n'est pas compatible ;

2 - Les actions mises en place pour améliorer l'alignement Marketing-Sales :

Marketing

- 56% des marketeurs pensent que le partage de l'information marché reste en tête des leviers d'amélioration ;
- 52% des marketeurs estiment que la validation conjointe des cibles et des personas permettent d'avancer dans le même sens

Sales

- 52% des commerciaux considèrent qu'il faut remonter des informations terrain quand une affaire est gagnée grâce aux actions marketing ;
- 53% des commerciaux indiquent qu'il faut respecter les orientations marketing et les supports proposés ;
- 50% des commerciaux encouragent de co construire le plan d'actions commercial. C'est l'une des plus fortes progressions (vs 31% en 2021) ;

3 - Les défis du marketing pour 2022 :

- Pour 52% des marketeurs, définir clairement la stratégie d'alignement ;
- Pour 52%, faire face à la résistance humaine ;
- Pour 50%, le développement de nouvelles compétences apparaît en tant que défi stratégique à relever : une nette amélioration (vs 45% en 2021) ;

En comparaison à 2021, l'accès aux données et le déploiement de nouveaux outils ne semblent plus faire partie des défis prioritaires.

4 - Les attentes de sales :

- 72% des répondants affirment que la génération de leads est l'attente majeure des équipes commerciales (diminution significative vs 85% en 2021) ;
- 58% souhaitent des outils de ventes ;
- 50% restent sensibles au développement de la notoriété (une hausse vs 46% en 2021) ;

5 - L'évolution de la fonction marketing :

- On observe un renversement de la tendance du One-to-Many vers le One-to-One ;
- L'ABM gagne du terrain plus de 70%, depuis 2020 (+ de 47%). Ce sujet n'est plus réservé uniquement aux plus grandes organisations ;

6 - La maturité des entreprises sur les pratiques d'alignements :

- Les réseaux sociaux comme vecteur de vente ;
- L'Employee Branding ;
- La digitalisation des ventes social selling ;
- L'analyse des parcours digitaux ;
- La co-crédation de contenus ;
- La coordination des actions ;



Pour conclure, des efforts restent encore à fournir. Mais, c'est un fait la maturité des entreprises sur les pratiques d'alignement est plutôt bonne avec une note de moyenne de 3/5 pour chacun des sujets.

Enquête réalisée en 2022 par le CMIT, Nomination et ISM auprès de 90 décideurs Marketing et commerciaux de l'IT.

<https://cmit.fr/alignement-sales-marketing-2022-2023/>

A propos du CMIT

Le CMIT est le club des marketeurs in tech. Fondé en 2003, il réunit plus de cent adhérents autour de préoccupations plutôt B2B. Sa mission est de promouvoir la valeur et la contribution des métiers du marketing et de la communication au sein de son écosystème. Le Club accélère la circulation des idées et des savoirs notamment au travers de formations, de conférences et d'échanges de bonnes pratiques. Il favorise de nouvelles opportunités business pour l'entreprise au travers d'innovations marketing et communication. <https://cmit.fr/infographies/>
@CMITfr / www.cmit.fr

A propos de Nomination

Nomination est la plateforme de référence en prospection B2B. Notre mission : vous aider à augmenter votre chiffre d'affaires en vous fournissant les meilleurs points d'accès à vos futurs clients !

En produisant des données fiables et inédites sur les entreprises et les décideurs, Nomination agit comme un facilitateur de rencontres business. Avec nos outils, accédez aux "vrais" décisionnaires, exploitez des alertes business personnalisées et engagez efficacement vos prospects !

www.nomination.fr/

Contact presse :

Marie-Laure Laville - E-mail : mllaville@mldconsulting.fr

Mobile : + 33 6 18 14 85 36