Du contact à la conversation.

Un guide court pour le marketing et la vente dans la tech B2B.



Un guide court pour le marketing et la vente dans la tech B2B.

01 / Partez d’une personne, pas d’une liste

Choisissez une fonction, un contexte et une décision. « Les entreprises qui ont besoin d’IT » est trop large. « Un responsable IT qui prépare le renouvellement des équipements » aide déjà à choisir un contenu utile.

02 / Proposez quelque chose d’utilisable

Une fiche pour rassembler contraintes, questions et priorités peut être plus utile qu’un long e-book. Le lecteur peut-il l’utiliser lors de sa prochaine réunion sans vous appeler ?

03 / Préparez le relais commercial

Convenez du responsable du suivi et du contexte transmis. Ressource demandée, problème exprimé et prochaine étape comptent davantage qu’un score seul. La vente restitue les résultats ; le marketing améliore le parcours.

04 / Mesurez les étapes séparément

Contacts, échanges réalisés, opportunités et clients sont différents. Définissez chaque étape et sa période. Précisez ce qu’un coût comprend : le coût par lead n’est pas le coût par client.

Une conversation possible

Exemples illustratifs à adapter au contexte. Aucun résultat garanti.

Contexte

Exemple illustratif : un partenaire IT propose une fiche pour préparer le renouvellement du workplace.

Message

« Vous rassemblez les besoins pour votre prochain renouvellement ? Cette fiche aide à préciser utilisateurs, contraintes et priorités avant de comparer les solutions. »

Après la demande

« Quel point est le plus difficile à clarifier en interne ? Si cela vous aide, nous pouvons y réfléchir ensemble. »

Si le moment ne convient pas

« Aucun problème. La fiche reste utile. Une fois le périmètre défini, vous saurez quelles questions apporter à la discussion. »

Une bonne prochaine étape respecte le stade de décision de la personne. Chaque téléchargement ne justifie pas une démonstration.

Votre fiche de travail

Le public et son problème

Ce que vous avez déjà essayé

Le point de blocage

La prochaine étape et son responsable

Un échange utile, avec ou sans nous.

30 min / https://www.growinmarketing.ch/fr/prenota-call/