

Compte rendu – Réunion Marché & Digitalisation – 10 avril 2024

Participants :

- Julie Néron – Directrice Marketing
 - Mathieu Debarre – Directeur Transformation Digitale
 - Soraya Benziane – Responsable Produit
 - Victor Esnault – Chef de Projet CRM
 - Lila Meddahi – Analyste Marché
-

1. Objectifs de la réunion

- Identifier les leviers de digitalisation prioritaires pour S2
 - Analyser les dernières tendances du marché B2B
 - Adapter les stratégies marketing aux nouveaux comportements d'achat
 - Préparer la présentation de mi-parcours pour le CODIR
-

2. Observations marché – Présentation de Lila Meddahi

Tendances observées Q1-Q2 :

- Augmentation des attentes en personnalisation : +18 % d'engagement sur contenus sur-mesure
- Hausse des investissements en IA marketing prédictive (ex : scoring comportemental)
- Émergence d'outils conversationnels comme canal d'avant-vente dans 3 secteurs sur 5
- Recul des formats "livre blanc" au profit des formats vidéo courts (durée < 2 min)

Analyse par thème :

- Technologie : montée en puissance des outils low-code/no-code en appui des équipes métier
 - Stratégies marketing : campagnes "snack content" multi-canal, ciblage progressif par intention
 - Consommateur : exigence de transparence, besoin de conseil rapide, rejet des formulaires longs
-

3. Digitalisation – Intervention de Mathieu Debarre

Problèmes identifiés :

- Hétérogénéité des outils entre équipes commerciales et marketing
- Faible adoption du portail digital interne pour la veille marché
- Surcharge de dashboards non lisibles (11 indicateurs suivis, mais 3 exploités réellement)
- Absence de pilotage par objectifs métiers sur les campagnes automatisées

Recommandations formulées :

- Réduire le nombre d'outils de reporting à 2 plateformes principales
 - Organiser une formation ciblée sur les cas d'usage réels de la digitalisation marketing
 - Cartographier les actions "manuelles" répétitives pour automatisation progressive
-

4. Extraits à reformuler ou structurer pour démonstration

Formulation vague :

“Donne-moi des informations sur la réunion.”

→ trop général, ne permet pas à l’IA de structurer sa réponse.

Formulation précise attendue :

“Quels ont été les points clés de la réunion du 10 avril sur la stratégie commerciale et la digitalisation ?”

Prompt mal construit :

“Explique-moi la digitalisation.”

→ réponse trop large, non contextualisée.

Prompt reformulé :

“Quels sont les impacts concrets de la digitalisation sur les outils marketing utilisés par l’équipe projet lors du T2 2024 ?”

Prompt flou :

“Donne-moi un résumé des tendances du marché.”

→ réponse désorganisée, non hiérarchisée.

Prompt clair et structuré :

“Rédige un rapport synthétique sur les tendances du marché B2B observées au premier semestre 2024, en distinguant les évolutions technologiques, les stratégies marketing innovantes, et les nouvelles attentes des clients.”

5. Décisions prises

- Organisation d’un webinaire interne sur l’optimisation des outils de veille (S3-2024)
 - Mise en place d’un groupe de travail sur l’automatisation marketing inter-service
 - Formalisation d’un guide d’activation des données clients pour les équipes terrain
 - Harmonisation des formats de rapport pour le suivi mensuel des tendances
-