



Vos prochains contenus Marketing

Catalogue 2025



22/10/2024

Non-exhaustif

3 raisons de préférer les contenus par B2BAD

1

Le service "clés-en-mains" :

Les contenus sont proposés "clés-en-mains", incluant le traitement graphique selon votre charte graphique

2

Mon réseau :

B2BAD s'appuie sur un réseau professionnel de décideurs dans tous les métiers de l'entreprise, au sein de Grandes Entreprises, ETI et PME, et sur une communauté d'experts allant du spécialiste des stratégies marketing digitale au prospectiviste, en passant des éditorialistes reconnus.

Besoin d'un regard d'expert ou d'interviewer un décideur reconnu ? En général, on a ce qu'il faut 😊

3

Mon expérience :

15 ans dans des fonctions de management commercial, direction générale et marketing m'ont conduit à accompagner les principales fonctions d'une entreprise dans des projets structurants (bases de données et applications SaaS), de la PME au grand compte.

Ce parcours facilite ma compréhension de vos enjeux, de vos offres, de vos marchés et de vos objectifs.

Pour vous, des propositions plus pertinentes, des contenus plus impactants. **En vrai !**

Découvrez des exemples de nos contenus marketing



Les inédits

Les nouveautés du catalogue

“Si c’était à refaire”

- **1 interview par trimestre d’un décideur** qui revient sur un de ses derniers projets, en mettant en avant les enseignements qu’il en a retiré, ce qui a marché et qu’il referait à l’identique, et ce qu’il ferait différemment. L’interview se conclut sur une ouverture vers ses enjeux actuels et ses futurs projets.

Le projet au cœur de l’interview reflète le domaine de l’annonceur.

Ex : un projet de gestion de la paie pour Payfit

- **Les axes de diffusion :**

- Emailing*
- Newsletter
- Médias (selon programme RP de l’annonceur)
- LinkedIn, avec 2 formules :
 - Publication de posts avec le début de l’interview + lien pour consulter l’intégralité sur le site web
 - Publication de posts avec un visuel (photo du décideur + verbatim), et lien pour consulter l’interview sur le site web

- **Les leviers de conversion :**

- Le Call-to-Action : proposer d’accéder à un livre blanc / guide lié aux enjeux abordés durant l’interview.
Ex : si le projet concerne la mise en oeuvre d’un process d’évaluation ESG et KYS d’un fournisseur, le guide pourra se concentrer sur les bonnes pratiques en matière de gestion de référentiels Achats
- Webinar : avec témoignage de l’interviewé et reprise des éléments du livre blanc proposé
- Un questionnaire d’auto-évaluation (Évaluez votre niveau ... en 10 questions) ou une offre de diagnostic selon les sujets.
Ex : Évaluez la robustesse de votre process KYC en 5 questions OU Audit de votre cartographie des risques Fournisseurs



“Les questions que se posent les décideurs”

- **Une collection d'interviews de décideurs** dont chacun est à une étape différente de sa carrière, avec les questions qu'ils se posent à ce moment de leur parcours. Exemple pour des DAF :
 - Les questions que se pose un DAF au bout d'1 an dans son poste, au bout de 5 ans, au bout de 10 ans
 - Les questions que se pose un DAF qui prend son poste
 - Les questions que se pose un DAF dans un projet d'acquisition
 - Etc...
- **Les axes de diffusion :**
 - Emailing (location/routage sur demande)
 - Newsletter
 - Médias (selon programme RP de l'annonceur)
 - LinkedIn, avec 2 formules :
 - Publication de posts avec le début de l'interview + lien pour consulter l'intégralité sur le site web
 - Publication de posts avec un visuel (photo du décideur + verbatim), et lien pour consulter l'interview sur le site web
- **Les leviers de conversion :**
 - Le Call-to-Action : proposer d'accéder à un livre blanc / guide lié aux enjeux abordés durant l'interview.
Ex : si le projet concerne la mise en oeuvre d'un process d'évaluation ESG et KYS d'un fournisseur, le guide pourra se concentrer sur les bonnes pratiques en matière de gestion de référentiels Achats
 - Webinar : avec témoignage de l'interviewé et reprise des éléments du livre blanc proposé
 - Un questionnaire d'auto-évaluation (Evaluez votre niveau ... en 10 questions) ou une offre de diagnostic selon les sujets.
Ex : Evaluez la robustesse de votre process KYC en 5 questions OU Audit de votre cartographie des risques Fournisseurs



Document de référence d'une communauté

- Sur le format d'un livre blanc mais construit au service de la communauté visée.
Exemple : le guide de l'IA pour les Achats avec une audience de 20 000 décideurs Achats et 400 participants à sa présentation (présentiel / live web)
- Un comité éditorial composé de décideurs de la communauté concernée et d'experts de la problématique abordée
- Une enquête de référence
- Un document informatif et légitime :
 - Edito avec un représentant de la communauté (ici le président du CNA – Conseil National des Achats)
 - Infographie
 - Analyse complète avec contribution des membres du comité éditorial
 - Interviews de décideurs
- **Conçu pour 12 mois d'exploitation Marketing :**
 - Chaque composante peut être exploitée de façon dissociée.
Ex : les indicateurs de l'infographie, les verbatims des interviews
 - Ou combinée avec des contenus additionnels : interviews additionnels, quizz, focus sur une des thématiques de l'étude, etc...
- **Les axes de diffusion :**
 - Emailing*
 - Newsletter
 - Médias (selon programme RP de l'annonceur)
 - LinkedIn
 - Événements : webinar, présentiel

Exemple du guide de l'IA pour les Achats.

Consultez un extrait du guide ici



Les classiques

Les incontournables du catalogue

Livres-blancs, articles, guides et tutos

Livré "clés en mains" :

- Recherche documentaire
- Interview d'experts / de décideurs
- Copywriting
- Traitement graphique (en accord avec votre charte graphique)
- En option : réalisation d'enquête / quiz

Aide à l'exploitation (sur demande) :

- Création des supports de diffusion et d'exploitation (posts LinkedIn, campagnes emailing, ...)
- Kit d'exploitation pour vos commerciaux :
 - Brief / Que faut-il retenir ?
 - Messages scriptés pour prospection et prise de RV (email, LinkedIn, tél)



Les interviews

- **L'interview de décideur ou d'expert**
Entretien retranscrit avec mise en avant de verbatims
- **L'interview croisée**
Entretien croisé entre 2 décideurs / experts retranscrit avec mise en avant de verbatims.
- **L'interview "Job-to-be-done"**
Entretien d'un décideur selon la méthode Job-to-be-done, avec mise en avant de ses enjeux et objectifs, des irritants rencontrés dans ses missions et de son processus d'achat de solutions face à ses problématiques (sujets d'intérêt, recherche, consultation, évaluation, sélection, usage).

Ces interviews sont livrés avec :

- Le copywriting de la landing page associée
- une série de posts LinkedIn (visuels + messages)
- une séquence de campagne emailing de diffusion (routage sur des bases externes BtoB en option)
- captation vidéo des messages-clés de l'interview (avec montage)

Exemple d'une interview publiée dans la revue trimestrielle "La Vigie" créée et réalisée pour le compte du CNA - Conseil National des Achats

INTERVIEW



Interview de Véronique REILLE SOULT
Présidente du cabinet BACKBONE Consulting.



"Concentrées sur l'IA, les entreprises négligent l'impact des bouleversements démographiques à long terme"

Cabinet de conseil expert en stratégie d'opinion, gestion de crise et accompagnement des entreprises face aux transformations économiques et sociétales, Backbone Consulting s'appuie sur une approche sur-mesure pour aider les dirigeants à anticiper les évolutions du marché, à adapter leur communication et à renforcer leur résilience. En combinant intelligence stratégique et vision à long terme, Backbone Consulting permet à ses clients de mieux comprendre l'opinion publique, de se positionner face aux nouveaux défis et de saisir les opportunités de croissance.

La Vigie : Véronique, vous qui mesurez et analysez l'opinion publique et ses orientations, pouvez-vous partager la place qu'occupe l'évolution de la démographie mondiale et ses impacts sur l'économie ? Quels sont les enjeux majeurs liés à ces évolutions démographiques et perçus par "le marché" ?

Véronique Reille Soult : Les évolutions démographiques constituent un sujet clé pour l'avenir de nos sociétés. La population mondiale continue de croître dans certaines régions, tandis que dans d'autres, nous observons un vieillissement rapide. Cette dynamique entraîne des bouleversements dans l'économie globale, que les entreprises doivent anticiper. Pourtant, ce sujet ne mobilise pas beaucoup l'opinion publique, notamment en France, où les discussions autour de la démographie sont souvent éclipsées par d'autres débats, comme l'immigration. Quand nous parlons d'opinion publique, nous parlons bien ici des échanges et des débats spontanés sur les réseaux sociaux et les forums et pas celle mesurée par questionnaires et sondages. Dans les entreprises, le sujet est envisagé sous un angle court terme, à 5 ans par exemple, d'analyse de potentiel d'un marché. A contrario, les ONG s'emparent clairement de ces questions démographiques,

probablement parce qu'elles sont plus impliquées dans les pays concernés et plus exposées aux conséquences directes ou potentielles.

"Anticiper les talents de demain, c'est préparer l'économie à survivre face aux défis démographiques d'aujourd'hui."

La Vigie : Vous parlez d'un manque d'attention du public vis-à-vis des questions démographiques. Quels en sont les impacts concrets sur les entreprises ?

Véronique Reille Soult : L'un des impacts majeurs pour les entreprises en Europe et en France porte sur la pénurie de talents et les difficultés de recrutement. Avec le vieillissement de la population dans certaines régions, les entreprises peinent à attirer et retenir les compétences nécessaires à leur développement. Cela est particulièrement vrai dans les secteurs nécessitant une expertise technique ou des profils très qualifiés. À l'inverse, dans des régions où la population est en forte croissance, il y a un potentiel énorme pour les start-ups et les entreprises qui peuvent tirer parti de ce dynamisme. Mais on observe que ces opportunités ne sont pas toujours exploitées, car les entreprises ont souvent une vision à court terme, se concentrant sur les besoins immédiats plutôt que sur les transformations à long terme.

"Sans vision à long terme, les entreprises seront dépassées par une réalité démographique qu'elles ignorent"

Ils s'appuient sur nous pour construire leurs contenus BtoB



- Un comité scientifique de 12 directeurs Achats de grands groupes
- Plus de 140 directeurs Achats répondants à l'enquête annuelle
- Des partenaires de 1^{er} plan : Capgemini, Jaggaer, Esker, CreditSafe
- Une étude plébiscitée par les syndicats professionnels (CNA, ADRA) et les grandes écoles (HEC, ESCP, X)
- Déjà la 3^e édition en préparation !

“Charte graphique dédiée, comité scientifique, questionnaire, analyse, infographie et interviews... B2BAD nous a aidé à proposer aux Directions Achat un nouvel outil de référence grâce une étude complète, réalisée clés-en-mains.”



Michael Bentolila
CEO et cofondateur
InsideBoard



Thierry Chalumeau
Directeur Général Adjoint - Associé
OpinionWay

“Stephane Py nous a accompagné dès les 1^{eres} réflexions en 2019 pour la création de notre communauté B2B Ecomob.club qui réunit plus de 500 décideurs d'entreprise autour des enjeux d'écomobilité professionnelle.

Conception de la plateforme et des contenus, politique d'animation, opérations de recrutement de membres et de sponsors, Stephane nous a accompagné dans chaque étape.

Ecomob.club entamera sa 3^e année d'existence prochainement, avec la production d'études toujours plus pertinentes, des retombées médias grandissantes et des interactions ancrées dans les programmes marketing de nos sponsors.”



Ils nous font confiance pour accélérer leur performance marketing

“Mon Chasseur Immo organise une forte accélération de sa croissance. Ce qui suppose d’aligner nos dispositifs commerciaux et marketing pour en tirer une performance optimale.

Côté marketing, nous avons une bibliothèque de contenus très riche mais peu exploitée. Hubspot était utilisé comme un canon à emails et nous nous concentrons essentiellement sur le référencement de nos contenus : bien mais pas suffisant pour soutenir nos ambitions.

A partir d’une étude des parcours d’achat de notre clientèle et de nos process commerciaux, B2BAD nous a guidé dans la création de nouveaux scénarios d’engagement dans notre outil Hubspot, en nous fournissant méthodes et outils pour poursuivre leur démarche et exploiter pleinement nos contenus et notre outil marketing. Plus largement, leur expérience nous a permis de faire évoluer notre organisation pour mieux accompagner l’ensemble du parcours client.”



Frédéric Bourelly

Président fondateur
Mon Chasseur Immo

“Afin de doubler de taille en 2022, nous souhaitons élargir notre cible. 2 problématiques sont alors apparues : 1/ vers quelles cibles devons-nous nous diriger ? et 2/ une fois établie, que leur dit-on ? et comment les adressons-nous ?

B2BAD a d’abord procédé à une analyse complète de notre CRM pour identifier les défauts de qualité et des cibles sous-exploitées. Ils ont ensuite réalisé une étude de nos marchés, avec des interviews selon la méthode Job-To-Be-Done, pour définir une stratégie d’engagement plus en ligne avec leurs besoins et leurs usages.

Nous avons été ravis par B2BAD pour plusieurs raisons :

- leur sens de l’écoute
- leur expérience et leur bon sens (leur capacité de simplification de problème en amenant des éléments concrets et actionnables)
- leurs compétences techniques, aiguisées et innovantes
- leur rapidité d’exécution et leur capacité de s’adapter.”



Stanislas Pollet

Head of Growth
PAYFIT

Nous accompagnons leur stratégie et leurs opérations





Bases de données, CRM, outils Marketing, création de contenus, génération et transformation de leads, prise de RDV avec des décideurs, processus de vente et méthodes de closing...

Difficile de réunir tous les ingrédients et d'aligner les équipes sur un process centré, pour de vrai, sur le Client !

Adossé à un réseau de prestataires et de consultants experts en données B2B et en performances commerciales et marketing, l'agence B2BAD améliore chaque étape de votre funnel avec des dispositifs complets et clés-en-mains : du ciblage jusqu'au lead, du lead jusqu'au RV et au closing !

Contact Stephane PY
Président Fondateur

Email stephane@b2bad.fr

Site web B2BAD.fr

Téléphone 06 76 34 98 95