

6 conseils & stratégies

pour des campagnes marketing fluides et maîtrisées



Sommaire

1. Brisez les silos avec la collaboration transversale 3
2. Affinez et personnalisez vos messages 6
3. Mettez en place une stratégie multicanale 9
4. Surmontez les contraintes budgétaires 12
5. Utilisez l'IA de manière avisée 15
6. Essayez le marketing Agile 18

1. Brisez les silos avec la collaboration transversale

Pour les responsables marketing, le travail en silos représente un défi majeur.

(McKinsey 2024)

- Les silos de communication cloisonnent les équipes en interne et les empêchent d'interagir régulièrement, ce qui réduit leur alignement avec les objectifs globaux.
- Or, pour être efficaces, la création et la diffusion de campagnes marketing sollicite l'expertise de plusieurs équipes en interne, en particulier les équipes commerciales.

90%

des leaders marketing et commerciaux estiment que les priorités de leurs équipes respectives sont en contradiction.

(Gartner 2024)

x2,3

Lorsque le marketing et les ventes partagent régulièrement leurs informations, les chances d'augmenter les conversions sont multipliées par 2,3.

(Gartner 2024)

Et en pratique ?

- ✓ **Mettez en place des rituels** avec les équipes concernées pour créer des habitudes de collaboration transversale : points de suivi quotidiens ou hebdomadaires, rétrospectives,...
- ✓ **Créez un espace de travail commun** structuré, pour visualiser clairement vos échanges n'importe quand et depuis n'importe où.
- ✓ **Définissez clairement les rôles et responsabilités** de chaque équipe impliquée, ainsi que le moment où elle doit intervenir dans un processus commun.



Astuce :

Créez un Board Klaxoon dédié à votre campagne, et utilisez cet espace pour vous synchroniser régulièrement avec votre équipe.

2. Affinez et personnalisez vos messages

Plus d'1 prospect sur 2 estime que vous ne comprenez pas son besoin.

(Gartner 2025)

- Votre audience est sur-sollicitée en ligne, et son attention devient de plus en plus difficile à capter.
- Pour vous démarquer de la concurrence, vos campagnes marketing doivent transmettre une expérience utilisateur personnalisée, authentique et mémorable.

71%

des prospects souhaitent avoir des interactions personnalisées avec les marques.

(McKinsey 2021)

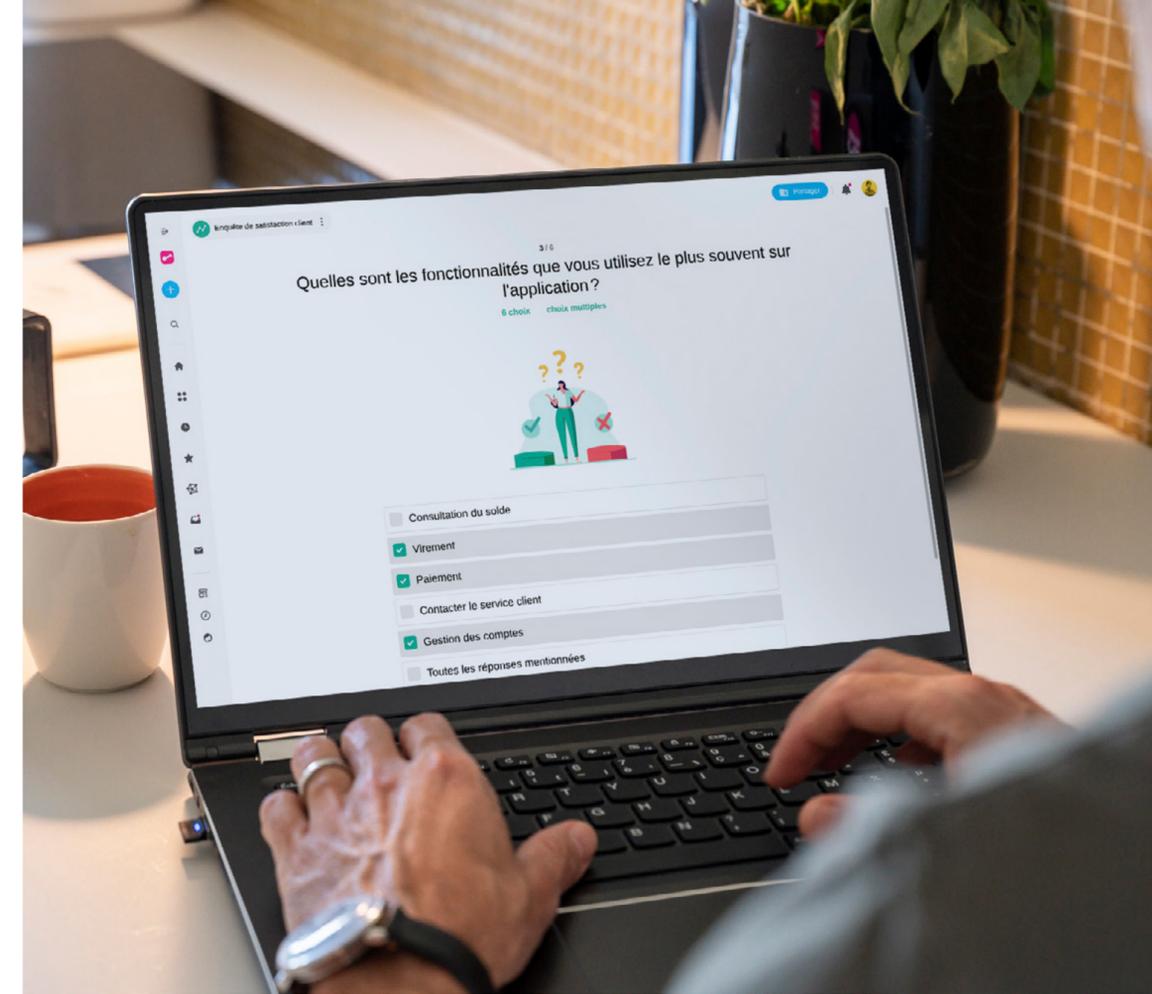
40%

Les entreprises qui mettent l'accent sur la personnalisation dans leur marketing génèrent un revenu supérieur à la moyenne de 40%.

(McKinsey 2021)

Et en pratique ?

- ✓ **Affinez le ciblage de vos campagnes**, autant en termes de message qu'en termes d'audience. Votre prospect doit avoir l'impression que vous lisez dans ses pensées.
- ✓ **Interrogez vos meilleurs clients** sur les bénéfices que leur apporte votre produit ou service. Utilisez ensuite ces éléments de langage pour perfectionner vos campagnes.
- ✓ **Faites du A/B testing** sur vos messages-clés. Parfois, une simple reformulation peut créer une association d'idées différente, et rapprocher vos prospects de votre marque.



Astuce :

Recueillez rapidement un maximum de retours clients sur leur utilisation de votre produit en leur partageant le Sondage interactif "Enquête de satisfaction".

3. Mettez en place une stratégie multicanale

Aujourd'hui, il faut compter une dizaine de points de contact avant une vente.

- Une expérience multicanale cohérente renforce votre réputation en ligne, et positionne votre marque comme experte auprès de votre audience, mais aussi des moteurs de recherche.
- Cependant, la difficulté d'une stratégie multicanale efficace est de s'aligner sur la concurrence tout en se démarquant, sans répéter les mêmes messages au même moment.



57%

des équipes affirment recevoir des communications de sources différentes sur les mêmes sujets au même moment.

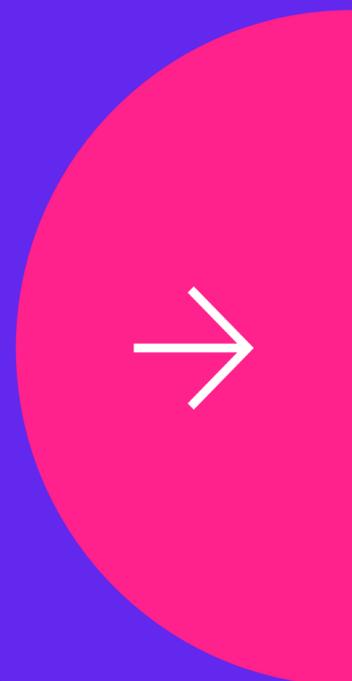
(HBR 2023)

29,17

milliards de dollars

En 2029, les investissements des entreprises dans le marketing multicanal vont atteindre 29,17 milliards de dollars

(The Business Research Company 2025)



Et en pratique ?

- ✓ **Cartographiez visuellement l'ensemble de vos canaux** marketing et les points de contact potentiels qu'ils peuvent représenter dans vos campagnes.
- ✓ **Fédérez une communauté d'utilisateurs** convaincus par votre produit ou service, afin de renforcer votre identité d'expert en ligne avec des sources externes.
- ✓ **Anticipez un maximum de scénarios**. Aucun prospect n'aura exactement la même expérience dans son parcours avec votre marque, et vos campagnes doivent rester pertinentes dans tous les cas.



Astuce :

Utilisez la méthode prête à l'emploi "Parcours client" pour avoir une vue d'ensemble claire du comportement et des réactions de votre audience au contact de votre marque.

4. Surmontez les contraintes budgétaires

Les budgets marketing n'ont jamais retrouvé leur niveau d'avant 2020.

- Le contexte économique de ces dernières années force les entreprises à réduire considérablement leurs budgets, y compris marketing, et à optimiser chacune de leurs actions avec beaucoup de prudence.
- La première cible de ces réductions budgétaires en marketing concerne les outils et technologies utilisés pour créer et automatiser les campagnes (ou MarTech).

75%

des dirigeants marketing doivent actuellement atteindre des objectifs plus élevés avec moins de ressources budgétaires.

(Gartner 2023)

42%

seulement des équipes qui disposent de technologies marketing dédiées les utilisent réellement.

(Gartner 2023)

Et en pratique ?

- ✓ **Privilégiez des technologies et des plateformes tout-en-un** qui combinent plusieurs fonctionnalités dont vous avez besoin, pour à la fois plus d'efficacité et moins de dépenses à terme.
- ✓ **Réutilisez vos messages et vos contenus existants** en les déclinant sur plusieurs formats suivant vos campagnes : webinaires, podcasts, rapports complets, témoignages,...
- ✓ **Mettez en place un suivi de performances précis** pour évaluer en continu le ROI de vos campagnes, et ajuster rapidement vos actions si besoin.



Astuce :

Organisez une rétrospective en équipe pour évaluer l'usage réel de vos outils MarTech, et vous ajuster en fonction de votre budget.

5. Utilisez l'IA de manière avisée

L'IA est partout, et votre audience le voit.

- L'intelligence artificielle (IA) connaît un véritable essor et est largement médiatisée pour les bénéfices qu'elle apporte à toutes les fonctions des entreprises, notamment en marketing.
- Cependant, elle favorise une production massive de contenu générique, qui ne suffit pas à répondre aux besoins de son audience. Les prospects recherchent de plus en plus d'authenticité dans le discours des marques.

64%

des équipes marketing utilisent déjà l'IA pour une gestion plus efficace de leurs campagnes.

(Gartner 2024)

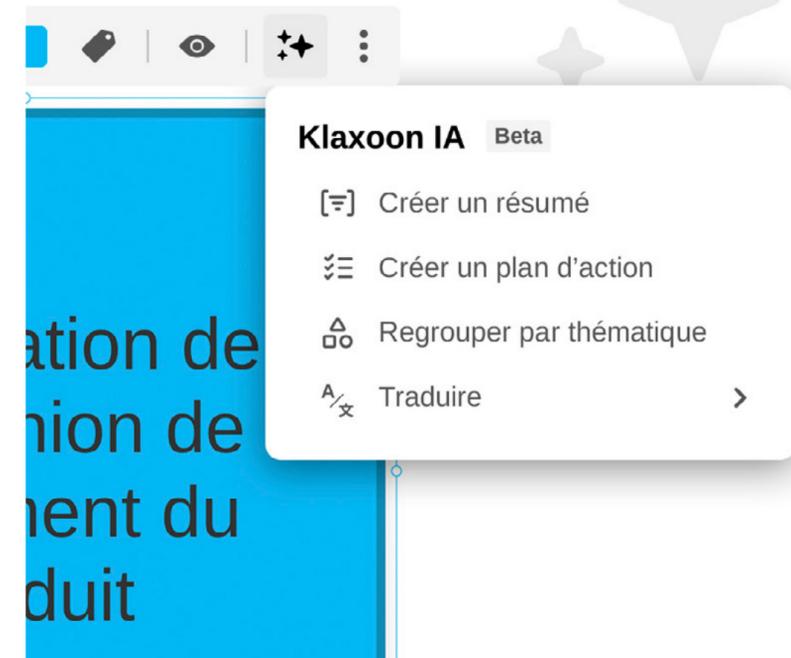
L'IA générative a accéléré le temps de livraison des campagnes de

50%

(Bain & Company 2025)

Et en pratique ?

- ✓ **Utilisez l'IA en priorité pour des tâches en interne** (automatiser un processus, identifier des tendances,...). Pour élaborer des messages ou des contenus, assurez-vous de valoriser l'apport humain au-delà de l'étape de génération d'idées.
- ✓ **Évitez d'utiliser certains éléments de langage** souvent visibles dans les contenus générés par IA. «Dans un monde en constante évolution» peut désormais être associé à un contenu de faible qualité, même si c'est bien une personne qui l'a rédigé.
- ✓ **Prenez le temps de former votre équipe** aux différents usages des outils IA à votre disposition. La plupart des entreprises ne maîtrisent actuellement qu'une partie infime de ses possibilités !



Astuce :

Dans votre collaboration en interne, les fonctionnalités IA de Klaxoon peuvent vous aider à résumer ou à traduire vos échanges, et même vous aider à créer rapidement un plan d'action.

6. Essayez le marketing Agile

Comment gérer toutes ces demandes de dernière minute ?

- Pour plus d'un marketeur sur 2, les urgences imprévues représentent une difficulté quotidienne. Elles impactent l'efficacité et rendent toute anticipation difficile.
- Le marketing Agile est une méthodologie flexible et itérative qui vous permet de structurer la gestion de vos campagnes, tout en vous permettant d'être réactifs face aux changements et aux imprévus.

52%

des équipes marketing estiment que leur principal défi est les demandes de dernière minute.

(State of Agile Marketing 2024)

86%

des organisations prévoient de passer leur fonctionnement marketing en mode Agile.

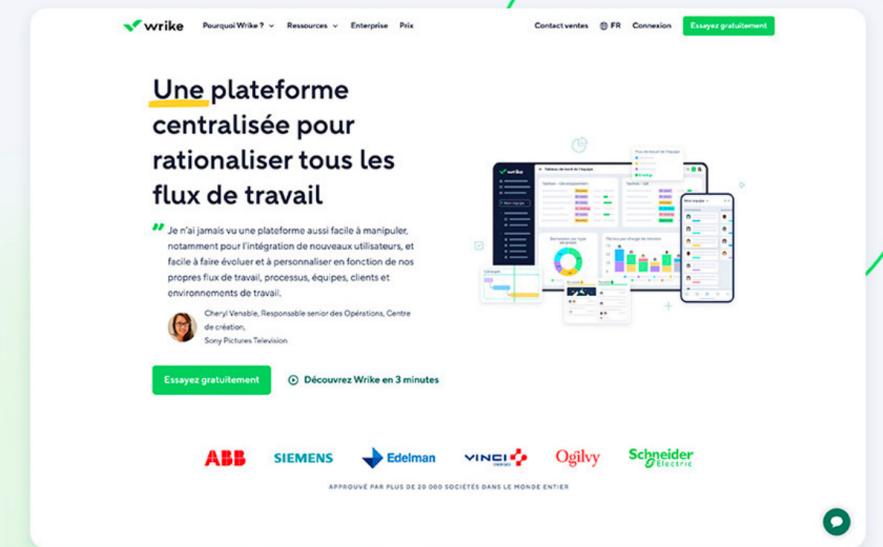
(State of Agile Marketing 2024)

Et en pratique ?

- ✓ **Testez plusieurs méthodes Agiles** pour identifier celles qui correspondent le mieux à votre équipe : Scrum, Lean, Kanban,...
- ✓ **Maîtrisez votre gestion du temps.** L'efficacité du marketing Agile repose sur une rigueur dans vos itérations, afin de rester concentrés sur le sujet et de respecter le temps imparti. Pour maintenir ce cadre, désignez un animateur ou utilisez un minuteur lors de vos échanges.
- ✓ **Équipez-vous d'outils de gestion de projet** conçus pour simplifier le passage en mode Agile.

Astuce :

La plateforme de gestion de projet Wrike simplifie la livraison de vos campagnes marketing Agiles, avec des méthodes prêtes à l'emploi adaptées à tous vos besoins.





Checklist à retenir :



- 1 Mettez en place **une collaboration transversale efficace**.
- 2 Créez **des campagnes ultra-ciblées et personnalisées**.
- 3 Proposez **une expérience cohérente** sur tous les canaux.
- 4 **Optimisez vos actions** pour surmonter les contraintes budgétaires.
- 5 **Utilisez l'IA avec parcimonie** pour décupler votre efficacité.
- 6 **Testez le marketing Agile** pour une meilleure adaptation au changement.

Prêts à maximiser l'efficacité et les performances de vos campagnes marketing ?

Découvrez Klaxoon

klaxoon.com

