



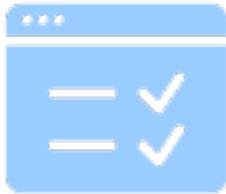
2022

CMO PROFILES

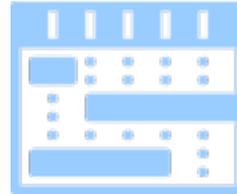
Principaux enseignements de
l'Observatoire réalisé pour l'Adetem



Méthodologie de l'enquête



**Enquête réalisée
par Internet**



**Du 20 juillet au
10 septembre 2021**



**Echantillon de 137
Responsables marketing**

QUIZ!

D'après vous, quelle est la proportion de CMO à penser que **la fonction marketing est un métier d'avenir ?**

72%

82%

92%

92%





Une fonction marketing

qui se porte bien

Une fonction boostée par la crise du Covid, malgré un certain manque de moyens



42%

pensent que
la fonction marketing
est **plus importante**,
suite au Covid



53%

pensent que
les ressources et les
moyens disponibles
sont insuffisants

Une fonction avec un rôle stratégique et un fort impact sur le business



61%

définissent
leur rôle comme
étant **stratégique**
(vs opérationnel)



76%

définissent leur
rôle comme ayant
un fort impact
sur le business

Un marketing en expansion

1 - Extension des missions

2 – Multiplication des leviers

3 – Transformation(s) et missions des entreprises

Extension du domaine marketing #1

La confirmation de la montée en puissance de l'expérience client

Une fonction centrée sur 5 missions clés % Réponse essentiel du temps

5

Missions citées
en moyenne

- #1 **Augmenter le chiffre d'affaires** 67% + B2C
- #2 **Développer le capital de marque** 61%
- #3 **Repositionner l'offre actuelle** 60% + B2C
- #4 **Améliorer la culture et l'expérience client** 57%
- #5 **Développer de nouvelles activités** 56%

Extension du domaine marketing#2

Multiplication des leviers

Des CMO « gourmands » et en quête de nouveauté

15 / 21

Leviers testés apparaissent indispensables aujourd'hui et demain à +75% des CMO

Des leviers et pratiques indispensables aujourd'hui

(82% à 68%)

#1 Le marketing digital et social

#2 La veille/le benchmark des concurrents

#3 L'analyse de l'évolution des marchés

#4 La connaissance client et des données associées

#5 La génération de leads et d'opportunités #1 B2B

#6 Le precision marketing

#7 L'analyse des tendances

#8 Le développement de la culture client

#9 Le Brand content

Tandis que d'autres sont en retrait (26% et 14%)

#18 L'account based marketing

#19 L'acquisition de nouvelles sociétés

#20 Les Outils MARTECH et ADTECH

#21 L'application des sciences comportementales

Des CMO « gourmands » et en quête de nouveauté

15/21

Leviers testés apparaissent indispensables aujourd'hui et demain à +75% des CMO

Des leviers et pratiques indispensables aujourd'hui

(82% à 68%)

- #1 Le marketing digital et social
- #2 La veille/le benchmark des concurrents
- #3 L'analyse de l'évolution des marchés
- #4 La connaissance client et des données associées
- #5 La génération de leads et d'opportunités #1 B2B
- #6 Le precision marketing
- #7 L'analyse des tendances
- #8 Le développement de la culture client
- #9 Le Brand content

Tandis que d'autres sont en retrait (26% et 14%)

- #18 L'account based marketing
- #19 L'acquisition de nouvelles sociétés
- #20 Les Outils MARTECH et ADTECH
- #21 L'application des sciences comportementales

Mais de nouvelles pratiques pour le futur (55% à 31%)

- #1 **L'application des sciences comportementales** (actuellement en retrait)
- #2 Le développement d'innovations de rupture
- #3 **Les Outils MARTECH et ADTECH** (actuellement en retrait)
- #4 Le design d'expérience
- #5 La modélisation des leviers de croissance

Extension du domaine marketing #3

L'entreprise en transformation(s)

Une transformation digitale très positive pour l'entreprise et le marketing mais...

% D'accord



95%

La transformation digitale
**améliore l'efficacité
des actions marketing**



92%

La transformation digitale
**a eu des conséquences
très positives**
pour le marketing

Mais quelques signes de vigilance



62%

La transformation digitale
de mon entreprise
est un succès



45%

La transformation digitale
est allée trop loin,
il faut remettre
de l'humain

Des missions moins présentes mais tout aussi importantes

% Essentiel du temps

- #6 **Transformer les pratiques en intégrant le digital** 35%
- #7 **Maximiser la productivité des actifs existants** 29%
- #8 **Adapter l'entreprise aux enjeux sociétaux** 28%
- #9 **Partir à la reconquête de la chaîne de valeur** 23%
- #10 **Améliorer l'engagement des collaborateurs** 21%
- #11 **Réduire les coûts** 20%
- #12 **Limiter les risques** 12%
- #13 **Attirer les talents et/ou intégrer de nouvelles compétences** 9%

Next
mission ?



**Attirer
les talents**

Des confirmations sur la responsabilité des entreprises...

% c'est le rôle de l'entreprise

- #1 Encourager la **diversité et la parité** 93%
- #2 Limiter les **déchets** et favoriser les économies circulaires 93%
- #3 Lutter contre toutes les formes de **discrimination** 89%

... et des extensions possibles moins attendues

- #6 Favoriser **l'accès du plus grand nombre** à leurs offres et services 80%
- #7 Agir pour encourager les **bonnes pratiques** de leurs clients 75%
- #8 Contribuer à faire évoluer le **modèle de société** 75%
- #9 **Lutter contre les inégalités sociales** 66%

Mais ...
toujours pas
l'engagement
politique
« traditionnel »

Inciter à voter 9%

Soutenir un candidat 2%

Des conséquences

Skills

KPI's

Une nécessaire adaptation des skills

TOP 8 – Aujourd’hui

- #1 **Agilité et adaptabilité**
- #2 **Culture digitale**
- #3 **Compréhension systémique**
- #4 Obsession du client
- #5 Créativité
- #6 Culture de la performance business (ROI)
- #7 Culture de la donnée
- #8 Curiosité  -23 pts vs Demain

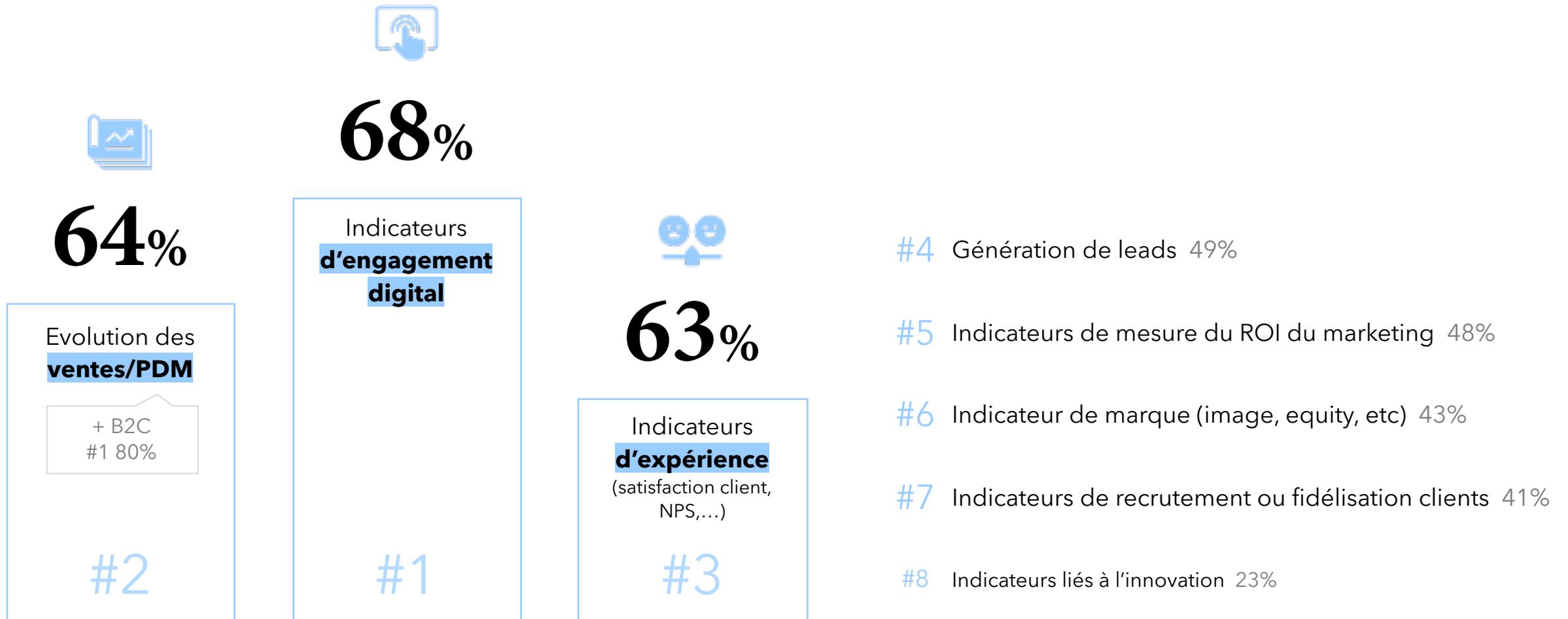
TOP 8 – Demain

-  #1 **Culture de la donnée** +18 pts vs Aujourd’hui
- #2 **Agilité et adaptabilité**
- #3 **Culture digitale**
- #4 Culture de la performance business (ROI)
- #5 Compréhension systémique
- #6 Obsession du client
-  #7 **Goût pour l’innovation**
-  #8 **Créativité** -14 pts vs Aujourd’hui

#12 **Pratique de MARTECH - ADTECH** +13 pts

#17 **Ingénierie** +14 pts

Des KPIs pas toujours alignés aux missions... et demain?



Une fonction marketing en expansion dans un monde qui change... de plus en plus vite

Missions

Leviers

Transformation(s) et missions de l'entreprise

→ Skills

→ KPI