

En couverture

Le marketing B to B à l'heure de la data

Le B to B n'a pas à rougir : méthode des personas ou tunnel de conversion, le secteur se veut une référence à l'ère de la data. **36**

Insights

L'INVITÉ DU MOIS

Hervé Gonay, président d'Ensemble B2B

6

L'ÉVÉNEMENT

Le marketing B to B à l'honneur

10

RENCONTRES

Yann Gourvennec (Visionary Marketing)

14

Prune Nouvion (LinkedIn)

16

Hubert Faucher (Essec)

18

IL FALLAIT Y PENSER

20

ID DU MOIS

Quels sont les canaux qui marchent en B to B?

22

Une culture du KPI encore balbutiante

24

Marque employeur : le B to B attire-t-il les talents?

26

PLANÈTE MARKETING

Le B to B en mode collaboratif

28

ÉCHOS

Études

30

Data

32

Médias

34

Expertise

DÉCRYPTAGE

Saint-Gobain : 350 ans de marketing industriel

52

La révolution client de Lectra

56

Gore-Tex, de la chimie au textile outdoor

58

PORTFOLIO

Les coups de cœur du directeur de la création d'Aressy

62

Atelier et digital

5 conseils pour séduire les achats **64**

CHRONIQUE

Vivons-nous la fin du B to B? (Olivier Vigneaux, BETC Digital) **66**



Linexorable mue du directeur marketing B to B (Jean-Denis Garo, Mitel) **68**

Digital et marque B to B, un cercle vertueux (Philippe Malaval) **70**

BIBLIOGRAPHIE **72**
LE MOT DE LA FIN **74**



Téléchargez l'application du magazine :

