



Etude : HubSpot analyse le contenu de la trousse IA des marketeurs pour la rentrée 2024

- 74% des marketeurs utilisent au moins un outil d'IA
- 68% estiment que cela a stimulé leur carrière professionnelle
- 86% continuent de modifier le texte généré par l'IA avant de le publier

Paris, France – le 20 août 2024 – [HubSpot](#), la plateforme de gestion de la relation client (CRM) pour les entreprises en croissance, dévoile aujourd'hui l'édition 2024 de son rapport portant sur les tendances d'usage de l'IA par les marketeurs - nommé "[Les tendances IA des marketeurs](#)".

Il y a deux ans, la question de l'IA ne préoccupait que peu de spécialistes du marketing. Aujourd'hui, 74 % d'entre eux utilisent au moins un de ces outils dans le cadre de leur travail, contre 35 % l'année dernière.

Dans ce contexte, HubSpot a interrogé plus de 1 000 professionnels du marketing et de la publicité à travers le monde pour comprendre leur attitude à l'égard de cette technologie et la manière dont elle modifie leur façon de travailler. Voici ce que révèle l'étude.

Des sondés très optimistes quant au potentiel de l'IA

La majorité des professionnels du marketing reconnaissent le potentiel bénéfique de l'IA. Ils affirment notamment qu'elle a amélioré la dynamique de leur entreprise (68 %), contribué à personnaliser l'expérience client (69 %) et à favoriser la collaboration entre les équipes (70 %). En ce qui concerne le travail quotidien, plus de 7 marketeurs sur 10 consacrent moins de temps aux tâches manuelles et plus de temps aux aspects importants de leur rôle - 68 % d'entre eux affirment même que cela a stimulé leur évolution professionnelle.

Près de 7 responsables sur 10 ayant investi dans l'IA déclarent avoir bénéficié d'un retour sur investissement positif en termes de productivité et d'efficacité des employés. Ils considèrent même que l'IA apporte une valeur ajoutée non pas en remplaçant leur équipe, mais en l'améliorant. Ils précisent également que les outils d'IA et d'automatisation permettent aux employés :

- d'être plus productifs (45 %)
- de prendre des décisions éclairées, basées sur la data (39 %)
- de partager des données plus efficacement (39 %)
- d'être plus efficaces dans leur travail (34%)
-

La nécessité d'intégrer l'IA aux outils existants pour favoriser l'adoption

Près de 3 marketeurs sur 4 utilisent un outil d'IA dans le cadre de leur travail. Les cas d'utilisation les plus populaires semblent avoir un point commun : l'unification. 74 % déclarent en effet que l'ajout de capacités d'IA aux outils qu'ils utilisent déjà (en particulier les outils de CRM et de productivité) a favorisé l'utilisation de cette technologie.

En matière d'opérationnel, les cinq outils d'IA les plus utilisés par les équipes marketing au cours de l'année écoulée sont les suivants :

- Les chatbots pour des réponses rapides et personnalisées (35 %)
- Les outils de CRM et de marketing améliorés par l'IA, notamment HubSpot (25 %)
- Les outils de productivité améliorés par l'IA pour rationaliser les tâches quotidiennes (23 %)
- Les outils d'IA visuelle pour générer des images (23%)
- Les outils de génération de texte pour créer plus rapidement des contenus performants (22%)
-

Le contenu reste roi et l'IA s'impose pour booster la performance

Dans un monde où les nouveaux canaux de marketing se multiplient, l'utilisation de l'IA pour la création de contenu (43 %) arrive en tête des cas d'utilisation pour la deuxième année consécutive. Mais les marketeurs ne sont pas prêts à renoncer à tout contrôle. Parmi ceux qui l'utilisent déjà dans ce cadre, 86 % procèdent à des modifications avant de le publier.

La génération d'images (47 %), la rédaction de textes (45 %) et la vérification de la qualité du contenu (44 %) figurent parmi les principales tâches associées à la création de contenu. En termes de formats, les emails et les newsletters (47 %), les posts sur les réseaux sociaux (46 %) et les articles de blog (38 %) sont les plus populaires.

"L'IA se transforme en un véritable catalyseur de productivité pour les équipes de marketing. Elle leur permet de créer plus de contenu, de naviguer sur un plus grand nombre de canaux et de générer plus de leads, tout en améliorant la qualité et la personnalisation", a déclaré Nicholas Holland, VP Product et GM, Marketing Hub chez HubSpot. "Les professionnels du marketing qui s'appuient sur l'IA et l'intègrent à leurs processus sont sans aucun doute ceux qui se différencieront."

Méthodologie

Les données de ce rapport ont été recueillies dans le cadre d'une enquête HubSpot menée en partenariat avec The Next Wave. Nous avons interrogé 1 062 professionnels du marketing et de la publicité aux États-Unis. Parmi les personnes interrogées, 60 % travaillaient dans des entreprises B2C et 40 % dans des entreprises B2B. Les catégories ne sont pas exclusives. En outre, 60 % des personnes interrogées n'avaient pas le statut de directeur ou un statut plus élevé, tandis que 40 % occupaient un poste de directeur ou un poste plus élevé au sein de leur organisation. Enfin, 56 % des répondants ont indiqué qu'ils travaillaient dans des organisations composées de 100 employés ou moins, et 44% des répondants ont indiqué qu'ils travaillaient dans des organisations composées de 101 employés ou plus.

À propos de HubSpot

HubSpot est la plateforme client qui aide les entreprises à réussir leur croissance. HubSpot permet aux équipes de renforcer leurs connexions avec les clients en proposant une plateforme unifiée optimisée par l'IA qui inclut des logiciels d'engagement client, un CRM intelligent, un écosystème connecté fort de plus de 1 500 intégrations au sein de sa [marketplace d'applications](#), une communauté dynamique, ainsi que des formations et ressources pédagogiques avec [HubSpot Academy](#). Aujourd'hui, plus de 205 000 clients tels que DoorDash, Reddit, Eventbrite et Tumblr, répartis dans plus de 135 pays, utilisent HubSpot pour attirer les clients, interagir avec eux et les fidéliser. Pour en savoir plus, rendez-vous sur www.hubspot.fr HubSpot a été récompensé pour sa culture par les sociétés Glassdoor, Great Place to Work, Comparably, Fortune, ou encore Entrepreneur, Inc. HubSpot a été fondé en 2006 et son siège

se situe à Cambridge dans le Massachusetts. Les milliers d'employés de HubSpot travaillent dans le monde entier dans les bureaux de l'entreprise et à distance.

Contact presse

AxiCom pour HubSpot

hubspotPR.france@axicom.com