



Rapport HubSpot et LinkedIn sur l'adoption de l'IA dans le marketing :

Les PME et ETI françaises encore en phase d'exploration, freinées par des contraintes budgétaires

Paris, France, 10 septembre 2024 – [HubSpot](https://www.hubspot.com), la plateforme de gestion de la relation client (CRM) pour les entreprises en croissance, annonce la parution d'une nouvelle étude en collaboration avec **LinkedIn**, intitulée « Intersection du Marketing, des données et de l'IA ». Au total, 2 306 responsables marketing de PME et ETI en Europe ont été interrogés, dont 509 en France, dans des secteurs B2B et B2C, pour établir un état de l'adoption de l'IA dans le marketing et comprendre les défis et opportunités au sein de chaque marché.

Les entreprises françaises poursuivent l'adoption de l'IA

Selon les résultats de cette étude, une majorité des responsables marketing français (41 %) sont actuellement en train de tester l'IA dans certaines applications et d'en évaluer les performances. 24 % sont encore en phase de recherche d'opportunités. Les marketeurs français sont donc encore majoritairement en phase d'exploration, étape préliminaire à l'adoption.

Pour les plus avancés : 14 % des responsables marketing français ont déjà mis en œuvre l'IA dans certains flux de travail. 7 % ont déjà optimisé l'utilisation de l'IA dans leur service et souhaitent désormais l'intensifier. Il s'agit de l'un des taux les plus bas d'Europe, loin derrière la Finlande (20 %), la Suisse (17 %) et la Belgique (13 %). Enfin, seules 3 % des personnes interrogées en France affirment que l'IA joue déjà un rôle fondamental dans leurs décisions stratégiques.

Une adoption freinée par des contraintes budgétaires

De nombreux responsables marketing considèrent que le budget disponible pour introduire des solutions d'IA dans leurs processus marketing est insuffisant. C'est particulièrement vrai pour la France, 50 % des responsables marketing déclarant que les contraintes budgétaires est le principal obstacle à l'adoption de l'IA - plus que dans tout autre pays (46 % en moyenne en Europe). Près de trois répondants sur quatre (74 %) en France s'attendent quand même à ce que le budget consacré aux technologies d'IA augmente au cours de l'année à venir, contre 78 % en moyenne en Europe.

Second obstacle invoqué en France : la difficulté à recruter des talents ayant les compétences nécessaires pour accompagner le déploiement de technologies d'IA.

L'intelligence artificielle apporte un vent d'optimisme pour les marketers

Malgré le fait que l'étude montre que c'est en France que le plus d'entreprises (19 %) ont enregistré une baisse annuelle de leur ROI l'an dernier, 90 % des personnes interrogées ont une vision positive de la capacité de leur équipe à dépasser les objectifs au cours de l'année à venir. Cet optimisme s'explique en partie par les perspectives de l'IA.

76 % des répondants français ont déclaré que l'IA avait amélioré l'expérience client. En outre, les solutions d'IA qui sont utilisées ont déjà eu un impact positif sur l'intégration des équipes, 41 % des responsables marketing français ayant déclaré qu'elles avaient permis d'améliorer la communication entre les équipes. Ils voient également dans l'IA un important potentiel en matière de personnalisation. Les équipes françaises sont donc bien disposées à saisir l'opportunité de l'IA.

*« Ce nouveau rapport montre que les équipes marketing les plus performantes sont celles qui utilisent déjà l'IA dans leurs prises de décisions, car cela leur permet d'affiner leurs stratégies, de stimuler le retour sur investissement et de personnaliser les expériences clients. L'adoption de l'IA est progressive, et le succès des prochaines étapes dépendra d'un solide alignement entre le marketing et les ventes, de la mise en action des bons talents et d'un juste dosage entre intervention humaine et automatisation des tâches », a déclaré **Virginie Le Lièvre, Head of Brand et Marketing France, chez HubSpot.***

Pour consulter le rapport : <https://hubs.la/Q02P4KrM0>

Méthodologie

L'étude « Intersection du Marketing, des Données et AI » a été réalisée en mai 2024 par HubSpot et LinkedIn en collaboration avec TopRank Marketing. 2 306 responsables marketing de PME B2B et B2C de différents secteurs d'activité, comptant au maximum 1 000 salariés, ont été interrogés en Europe (Allemagne, Autriche, Belgique, Danemark, Finlande, France, Irlande, Norvège, Pays-Bas, Royaume-Uni, Suède, Suisse). 509 personnes ont été interrogées en France.

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 1 600 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 228 000 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.

À propos de LinkedIn

LinkedIn connecte les professionnels du monde entier pour les rendre plus productifs et plus performants et transforme la façon dont les entreprises embauchent, apprennent, commercialisent et vendent. Nous entendons créer des opportunités économiques pour chaque membre de la population active par le développement continu de l'Economic Graph, la toute première cartographie numérique de l'économie

mondiale. LinkedIn compte 1 milliard de membres, dont 30 millions en France, et dispose de bureaux dans toutes les régions du monde www.linkedin.com / mobile.linkedin.com

Contact presse

Axicom pour HubSpot - hubspotPR.france@axicom.com

Sally Gay LinkedIn France - sgay@linkedin.com