

# Créer plus d'opportunités ABM grâce aux webinars

Les organisations se tournent vers l'ABM afin d'améliorer leurs revenus à partir de profils précis et d'une liste de comptes spécifiques. De leur côté, les tactiques propres à la DemandGen ont été développées à des fins différentes et ne sont donc pas réellement adaptées pour cet objectif. Les équipes ABM doivent surtout utiliser des tactiques capables de susciter un engagement continu et approfondi des comptes cibles. Des tactiques susceptibles de faire émerger les véritables équipes d'achat.

En raison de leurs spécificités uniques, les webinars permettent un niveau d'engagement que peu d'autres tactiques peuvent égaler. C'est pourquoi chaque équipe ABM devrait envisager d'en déployer en nombre. Dans cette infographie, nous explorons la manière dont vous pouvez utiliser des séries de webinars pour mieux atteindre vos objectifs ABM.



## Construire un engagement profond et continu avec les comptes

De nombreuses équipes, bien que connaissant le pouvoir d'attraction du format webinar, l'utilisent encore principalement dans le cadre de campagnes ponctuelles visant à collecter des leads auprès d'une audience large. Cette approche peut facilement noyer les opportunités reposant sur un engagement en profondeur des comptes dans le temps. Les équipes ABM devraient plutôt évoluer vers une approche programmatique des webinaires, où une véritable série s'appuie sur son histoire épisode après épisode. Elles pourraient également créer plusieurs séries capables de susciter l'intérêt particulier des différentes personas cible dans une approche plus étendue.



**Conseil de pro :** en surveillant vos comptes cibles dans une plateforme de données d'intention, du type Priority Engine™, vous pouvez savoir quels sujets spécifiques en lien avec vos solutions sont les plus pertinents pour les comptes cibles et leurs équipes d'achat. En utilisant ces informations, vous pouvez facilement développer une thématique puissante pour votre programme de webinars, qui aligne vos solutions sur les besoins connus des équipes d'achat.

## Exemple de programme de webinar pour une société de logiciels de sécurité de 3 catégories

Thème : Sécuriser l'infrastructure critique de votre entreprise

| Série 1 : Sécurité des bases de données   |   |   | Série 2 : Sécurité des points d'extrémité  |   |   | Série 3 : Sécurité des réseaux   |  |  |
|---|---|---|--|---|---|--|--|--|
| <b>Episode 1A</b><br>5 façons dont la sauvegarde peut protéger contre les ransomwares | <b>Episode 1B</b><br>Utilisation de bases de données graphiques pour détecter les délits financiers | <b>Episode 1C</b><br>Comment garantir la sécurité et la conformité du système AWS RDS ? | <b>Episode 2A</b><br>La sécurité des points d'extrémité dans une période de transformation numérique | <b>Episode 2B</b><br>5 étapes essentielles de votre stratégie de sécurité des points finaux | <b>Episode 2C</b><br>Comprendre l'opposition entre IDS hôte et IDS réseau | <b>Episode 3A</b><br>Sécurité dans le Cloud pour l'espace de travail numérique | <b>Episode 3B</b><br>Comprendre la différence entre l'accès à distance et le VPN site à site | <b>Episode 3C</b><br>Comblant le fossé de la sécurité mobile |

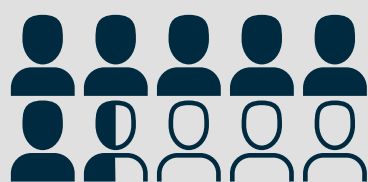
Les sujets des épisodes sont planifiés en fonction du contenu éditorial le plus populaire consommé par les comptes de la liste ABM.

## Réunir les équipes d'achat

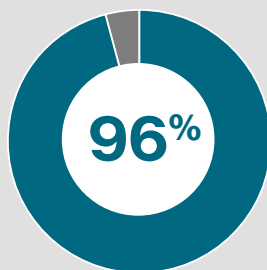
Les webinars attirent les professionnels du B2B pour de nombreuses raisons : ils permettent d'accéder à des experts, offrent une accessibilité et une modalité d'apprentissage différente, quel que soit votre fuseau horaire ou votre lieu de résidence. Leur capacité à impliquer un large public pendant une période prolongée (souvent 45 minutes ou plus) et à être disponibles en direct ou à la demande les rend très efficaces pour identifier les membres de l'équipe d'achat au sein d'un compte.



**Conseil de pro :** Pour engager efficacement une équipe d'acheteurs au sein d'un compte cible, une série de webinars doit contenir des éléments pertinents pour plusieurs membres (personas) de ce groupe. Des données d'intention d'achat de haute qualité vous montrent le contenu que chaque personne consomme, de sorte qu'il n'y a pas à deviner quelles sont les préoccupations réelles de chaque membre de l'équipe. En surveillant les données sur les intentions d'achat dans l'ensemble de votre liste ABM, le service marketing peut comprendre les sujets qui trouveront un écho et s'en servir pour créer des séries de webinars qui intéresseront les différentes équipes et leurs membres.



L'équipe d'achat type pour une solution B2B complexe comprend 6 à 10 décideurs.<sup>1</sup>



96 % des acheteurs B2B déclarent participer à au moins un webinar une fois par mois.<sup>2</sup>

## Fournir plus de points d'accès à votre équipe de vente

Pour avoir un impact substantiel sur les revenus, les activités de marketing basé sur les comptes doivent aider directement les ventes à créer davantage d'opportunités dans leurs comptes cibles. Les webinars permettent d'atteindre cet objectif en créant davantage de points d'accès et en offrant une meilleure visibilité sur les intérêts spécifiques des comptes au niveau individuel. Grâce à des supports et à des actions de sensibilisation mieux adaptés, les vendeurs peuvent facilement utiliser cette information approfondie pour réengager les parties intéressées à un niveau qui les touchera profondément.



**Conseil de pro :** Pour augmenter leurs chances de façonner le parcours de l'acheteur à leur avantage, les ventes doivent entrer dans le jeu plus tôt que leurs concurrents. En ajoutant des séries de webinars axés sur l'intention à la boîte à outils du programme ABM, les ventes disposeront d'une palette beaucoup plus large de signaux forts qu'elles pourront utiliser pour guider leurs efforts de construction de relations avec ces comptes cibles stratégiquement importants.

## Les webinars offrent de multiples points d'entrée au fil du temps

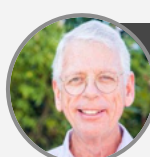


Semaine 1

Cyberthreat Intelligence Analyst

Webinar

Analyse des renseignements sur les cybermenaces

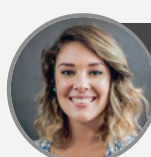


Semaine 2

InfoSecurity Engineer

White Paper

Rapport 2022 sur les enquêtes relatives aux violations de données



Semaine 3

Sr. Systems Administrator

Webinar

Briefing du Threat Research Advisory Center



Semaine 4

Lead Forensics Analyst

Webinar

Briefing du Threat Research Advisory Center



Semaine 5

Chief Information Officer

Article

5 erreurs commises lors de la sauvegarde de VMs

Pour en savoir plus sur la façon de transformer les webinars en un moyen d'engagement supérieur pour améliorer considérablement les résultats ABM, téléchargez l'e-book, [Using Programmatic Webinars to Achieve Better ABM Engagement](#).

Source:  
1. Gartner  
2. BrightTALK Benchmarks Report 2021