MAI 2022

# 3 QUESTIONS À

## Renaud Hatterer - Responsable webmarketing chez ifm France

### PRÉSENTATION

Responsable webmarketing depuis 2015 chez ifm

A l'initiative du développement de la stratégie de content et réseaux sociaux d'ifm

Le groupe ifm est un pionnier de l'innovation. Depuis la création de la société en 1969, ifm a marqué l'automatisation et la digitalisation industrielle de son empreinte avec de nouveaux développements de capteurs, de systèmes de contrôle-commande, de logiciels et solutions industrielles.

Aujourd'hui, le groupe familial est un des leaders mondiaux dans cette industrie, avec plus de 7 300 collaborateurs dans 95 pays. En tant que groupe industriel de taille moyenne, ifm mixe internationalité, force d'innovation et proximité client.

## Le retard du webmarketing dans l'industrie B2B demeure flagrant, comment expliquez-vous cela ?

*"Je pense que de nombreux facteurs influent sur le retard du marketing, particulièrement digital, dans le monde industriel. D'abord, une **faible croyance** dans ces leviers persiste dans les directions générales. Le marketing est souvent confondu avec de la **simple publicité.***

*Les dirigeants ont du mal à percevoir tous les enjeux et bénéfices, ils pensent aussi que c'est inutile dans leur secteur d'activité. Un vrai travail **d'évangélisation des décideurs** est donc nécessaire afin de leur démontrer tout l'intérêt du webmarketing et de la communication digitale dans l'industrie B2B.*

*Par ailleurs, nous baignons dans un secteur où **le présentiel est encore central** dans les relations commerciales. Par exemple, les salons restent à ce jour un des principaux outils pour communiquer dans l'industrie. Passer le **cap du digital** est donc encore plus complexe, alors même que ce besoin s'est accru avec la pandémie.*

*Chez ifm, nous sommes persuadés que les **stratégies webmarketing de type Inbound** ont beaucoup à apporter aux industriels qui veulent trouver de nouveaux canaux pour développer leur **visibilité et leurs demandes entrantes**, commerciales ou RH."*

## Comment ifm a réussi à se différencier et se positionner en tant que leader dans son domaine grâce au digital ?

*"Nous mettons tout en œuvre pour conserver l'avance acquise sur nos concurrents en matière de webmarketing et communication digitale. En effet, le retard de l'industrie B2B dans ce domaine nous a donné l'opportunité de réfléchir autrement, et de nous* ***différencier grâce aux outils numériques.*** *Ainsi, la direction d'ifm a accepté d'investir dans ce domaine afin d'accroître de manière significative sa notoriété. Nous avons donc mis en place une stratégie qui consiste notamment à utiliser les* ***"bonnes pratiques" du marketing B2C*** *et à les adapter, avec des* ***newsletters****, des posts sur les* ***réseaux sociaux****, etc…*

*Ensuite, nous avons pris le parti de faire du digital une réelle* ***culture d'entreprise*** *: nous avons par exemple effectué un vrai travail de formation des équipes commerciales concernant LinkedIn, en leur prouvant les résultats de son utilisation quotidienne. L'objectif a été de leur montrer qu'on pouvait clairement utiliser cet outil comme une* ***carte de visite virtuelle*** *pour générer de nouveaux prospects et les nourrir de contenus intéressants. Grâce à ce travail, Linkedin est maintenant utilisé de manière quotidienne par la force de vente, et ça paye !"*

## Quels conseils pourriez-vous donner aux industriels qui hésitent encore à engager une véritable stratégie de webmarketing ?

*"J'en suis certain, le webmarketing doit faire partie des* ***stratégies d'avenir*** *des acteurs industriels ! Nous ne pouvons plus nous contenter des méthodes à l'ancienne. Je conseillerai donc à tous les acteurs industriels qui souhaitent se lancer dans cette démarche de commencer par étapes notamment grâce au* ***"test & learn"*** *: commencer à gravir quelques marches, voir ce qui est le plus ROIste et poursuivre en augmentant l'efficacité. Ces démarches peuvent être par exemple démarrées grâce aux* ***témoignages clients*** *qui sont selon moi, beaucoup plus efficaces que des articles ou des emailings. Ensuite, il ne faut pas avoir peur de faire de la vidéo, même avec un smartphone pour démarrer !*

*Par ailleurs, je reste convaincu que l'entrée dans cette nouvelle ère* ***de l'industrie 4.0*** *renforce la nécessité d'utiliser les* ***leviers du marketing digital*** *à notre disposition. Pourquoi ? Car ils permettent d'apporter le* ***côté humain*** *et de montrer clairement une autre facette. Derrière les nouvelles technologies, ce sont des hommes et des femmes qui sont à l'œuvre et il est important de le rappeler.*

*Enfin, je pense clairement que l'utilisation des* ***réseaux sociaux*** *demeure essentielle. Chez ifm nous avons d'ailleurs développé depuis peu notre présence sur Instagram et Facebook, en plus de LinkedIn. Le but ici est clairement de* ***développer notre marque employeur****, mais également de toucher les plus jeunes, qui seront nos prospects de demain !"*

Pour en savoir plus >>> https://www.ifm.com/fr/fr @ifm_France @ifm electronic France @ifm_France