

# 17 chiffres étonnants sur l'efficacité du retargeting en BtoB et BtoC



## Mise en garde

Si elles démontrent clairement l'efficacité des campagnes de retargeting, les statistiques présentées dans cette infographie doivent être interprétées dans le contexte de campagnes parfaitement exécutées. Pour atteindre de tels niveaux de performance, il est indispensable de travailler sur des données de qualité, dans des volumes suffisamment importants, avec des messages adressés à la bonne personne, au bon moment, de la bonne manière....

## 1 Emailing BtoB

### Revenus **4x**

Selon Forrester Research, les campagnes d'email retargeting génèrent 4 X plus de revenus et 18 X plus de bénéfices nets que les campagnes classiques.



### Taux d'ouverture **40%**

Les emails classiques sont ouverts en moyenne par 5 à 10% des internautes. Pour l'email retargeting, le taux d'ouverture peut aller au-delà de 40%.



### 56%

des internautes ayant été ciblés trouvent les emails très pertinents.



## 2 Retargeting display BtoC

### 70%



des internautes sont plus enclins à passer à l'acte d'achat après avoir été exposé à un dispositif de retargeting via display.

### 0,07 %

Taux de clic sur les publicités display classiques.

### 0,7%

Taux de clic sur les publicités retargetées.

### TAUX DE CLIC X10



## 3 Campagnes Facebook BtoB

### Taux de clic +140%

En intégrant le retargeting à leurs campagnes Facebook, les annonceurs BtoB ont constaté une hausse du taux de clic pouvant atteindre 140%.

Retargeting Facebook

VS

bannière AdSense



Une publicité Facebook BtoB retargetée obtient 38 fois plus de clics qu'une bannière AdSense traditionnelle.



### Investissement +60%

En 2015, les annonceurs ont investi en moyenne 60% de plus sur les campagnes de retargeting BtoB sur Facebook (contre 31% en BtoC).

## Le retargeting, un levier d'avenir pour le marketing digital BtoB...

### 46%

des professionnels du e-marketing considèrent le retargeting comme la technologie online la moins bien exploitée.



En 2014

### 54%

des marketers utilisaient le retargeting mobile. Aujourd'hui, ils sont plus de

### 80%



### 87%

des marketers ont l'intention d'augmenter leur budget retargeting mobile en 2016.



### 70%

Dans des cas, les visiteurs retargetés ont plus de chance d'être convertis.

ENJEUX **M**ARKETING

### Sources

•Etude Forrester Research

•Etude Triggitt

•Tripwire, campagne A/B testing menée par l'agence Add3

•Etude Raffles media 2014, (citée dans le livre blanc Sparklane Emailing btob : vers toujours plus d'efficacité)

•"State of the industry - A close look at retargeting, programmatic advertising, and performance marketing", AdRoll, 2016 (Evaluation des performances des campagnes réalisées par Adroll sur le réseau social Facebook pour le compte de ses clients annonceurs entre juillet 2014 et juin 2015. Evaluation réalisée sur la base de 55 000 campagnes ayant servi 37 milliards d'impressions.)

•SiriusDecisions, Marketing Profs Benchmark Study, Digital Information World