

Que faites-vous pour instaurer la confiance envers votre marque ?



94%

des responsables marketing affirment qu'instaurer la confiance est le facteur le plus important pour réussir en tant que marque B2B — LinkedIn & Ipsos – [LinkedIn & IPSOS](#)

et 93 % des dirigeants reconnaissent que la construction et le maintien de la confiance ont un impact positif sur les performances financières.

– [PwC](#)

Pourquoi la confiance compte ?

“Aujourd’hui, l’achat B2B est un processus de confirmation, et non de sélection” – [Forrester](#)

70%

Dans le B2B, 70 % du parcours d’achat est effectué avant l’engagement avec les ventes – [Sirius Decisions](#)

9 in 10

9 décideurs sur 10 sont plus réceptifs aux actions commerciales et marketing des marques qui produisent régulièrement du contenu de réflexion de haute qualité– [Edelman & LinkedIn](#)

Faites-vous la promotion de votre expertise ?

Médias, événements professionnels, réseaux sociaux, moteurs de recherche »

73%

73 % estiment que le contenu de leadership d’opinion est plus fiable que les supports marketing– [Edelman & LinkedIn](#)

75%

75% disent que le contenu d’experts les a incités à s’intéresser à un produit ou service inattendu – [Edelman & LinkedIn](#)

À quel point inspirez-vous confiance ?



90% surestiment la confiance des clients : seuls 30 % des consommateurs font réellement confiance à leur entreprise – [PwC](#)

Une question ?

Si vous souhaitez en savoir plus, contactez-nous à contact@quatriemejour.fr