

Personnalisation, e-privacy, consentement, éthique digitale : les enjeux à venir des CMO

—
Rapport final
Août 2019



Méthodologie

Objectifs :

Identifier les enjeux à venir des CMO en matière d'éthique digitale, personnalisation, e-privacy et consentement

Mode d'administration :

Enquête réalisée par internet et téléphone (CATI)
via la plateforme Spoking Polls

Echantillon :

102 Directeurs marketing, CMO
d'entreprises réalisant plus de 250M de CA

Dates de terrain :

Du 29 juillet au 13 septembre 2019

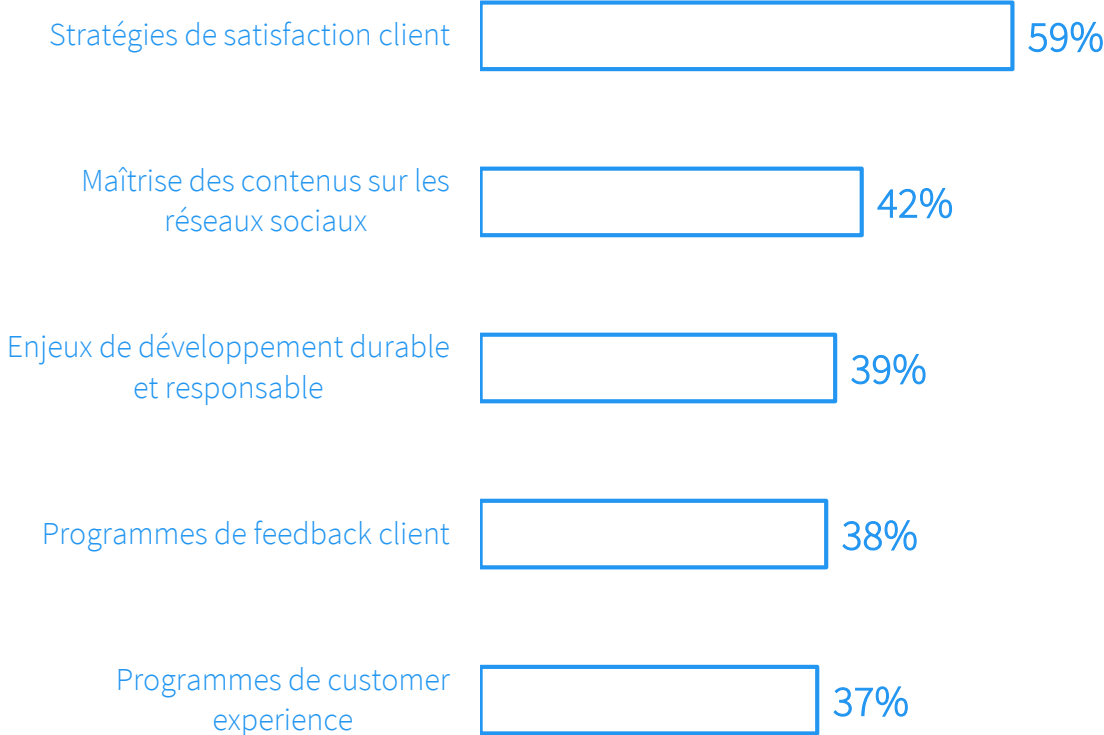
Résultats détaillés

Base : 102 directeurs marketing, CMO
d'entreprises réalisant plus de 250M de CA

La gestion des stratégies de satisfaction client en tête des enjeux éthiques

Dans quel cadre menez-vous des réflexions sur l'éthique du marketing digital dans votre entreprise ?

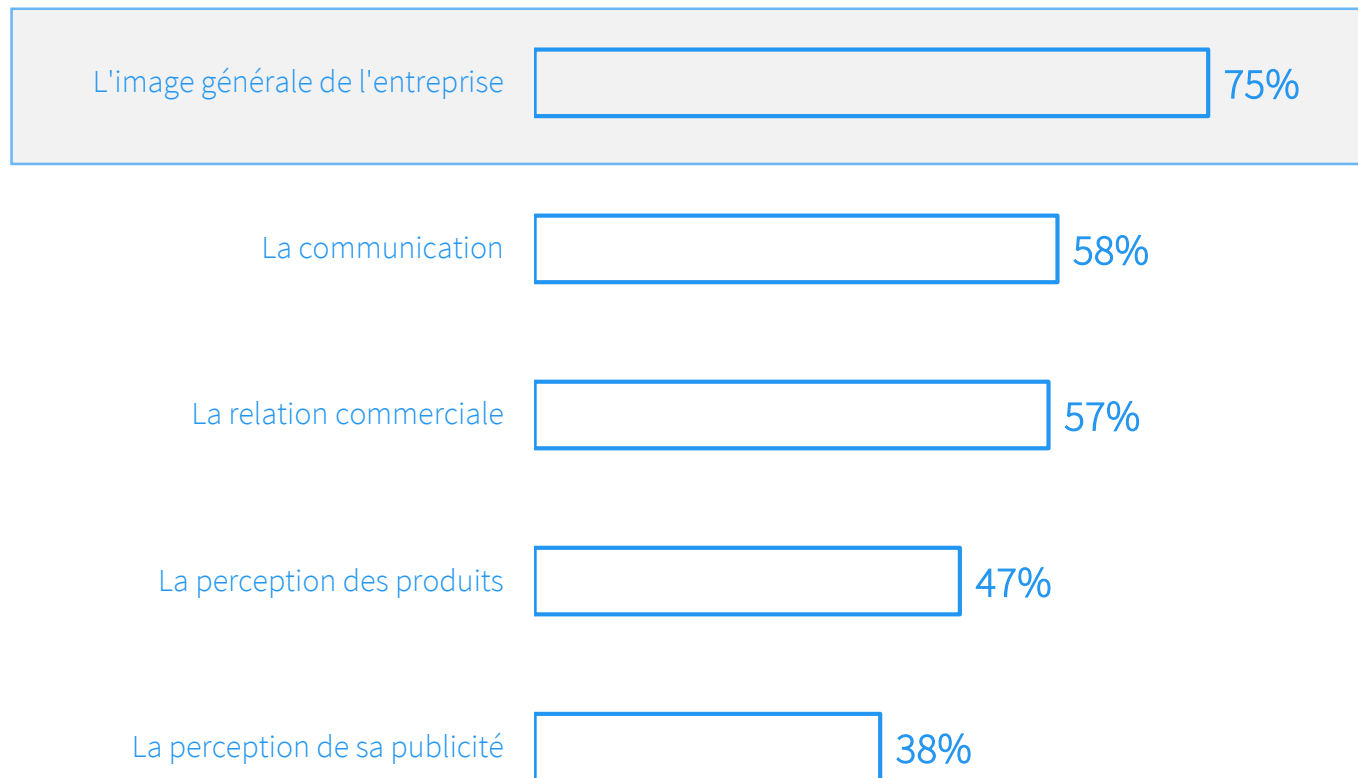
102
répondants 



L'image générale de l'entreprise fortement liée à l'éthique en digital

Selon-vous dans quel(s) domaine(s) l'absence d'éthique en digital peut-elle avoir un impact ?

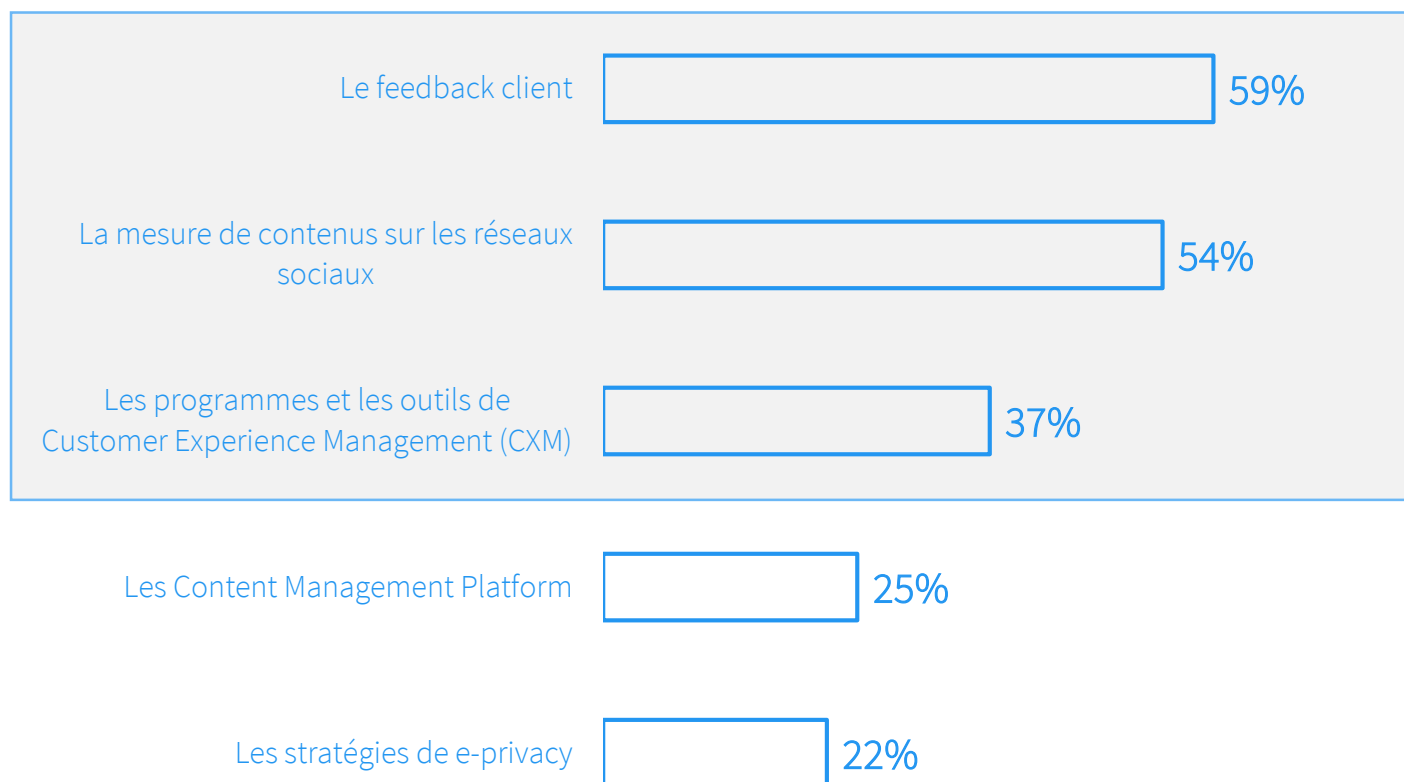
102
répondants 



3 outils pour une meilleure maîtrise de l'éthique émergent : feedback client et mesure de contenus réseaux sociaux et outil CXM

Quels sont les nouveaux outils qui vous paraissent le plus aller dans le sens d'une meilleure maîtrise de l'éthique dans le marketing digital ?

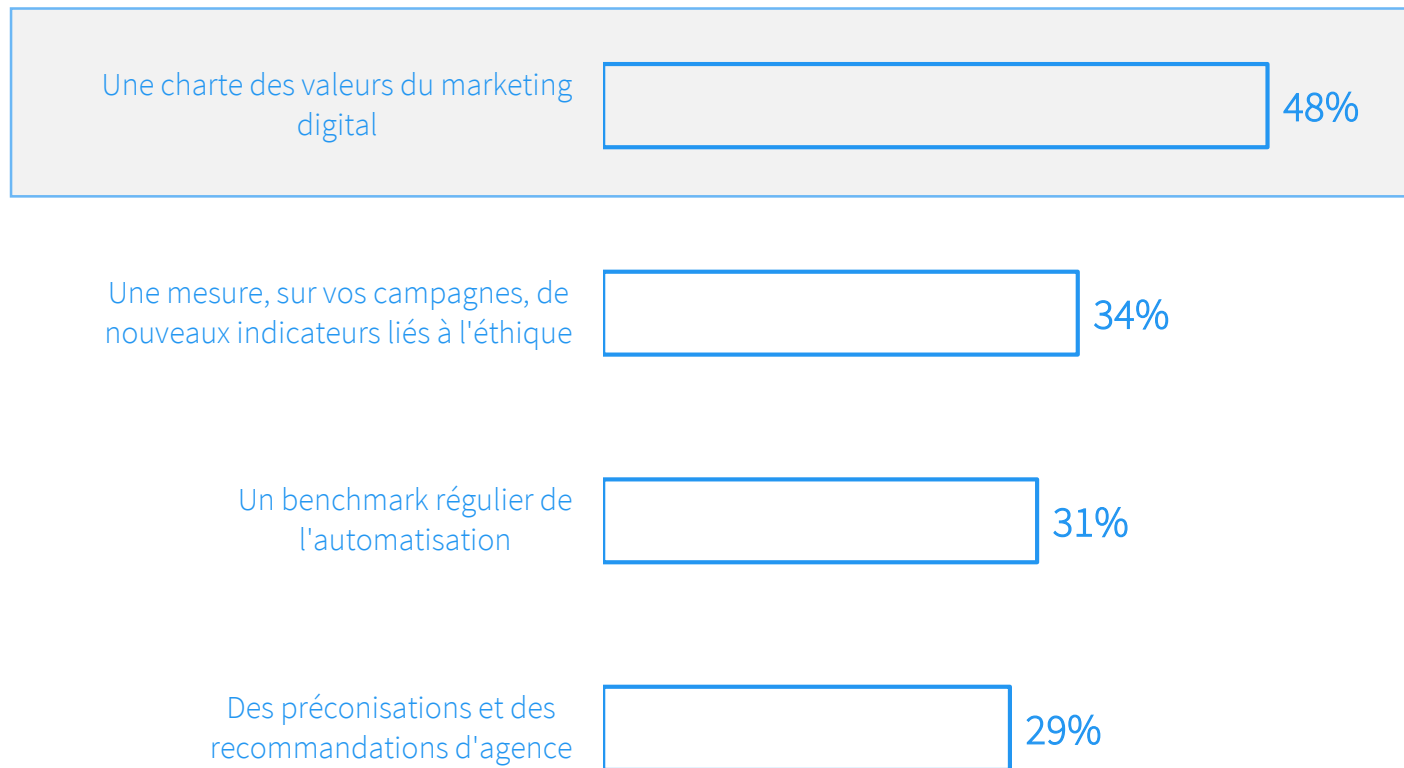
102
répondants 



La charte des valeurs du marketing digital déjà mise en place par la moitié des CMO

Quelles sont les initiatives concrètes que vous avez commencé à mettre en place ?

102
répondants 



8 CMO sur 10 mènent une réflexion sur les enjeux de développement durable ou ont un projet concret

Par rapport aux enjeux de développement durable être responsable, quels sont vos projets ?

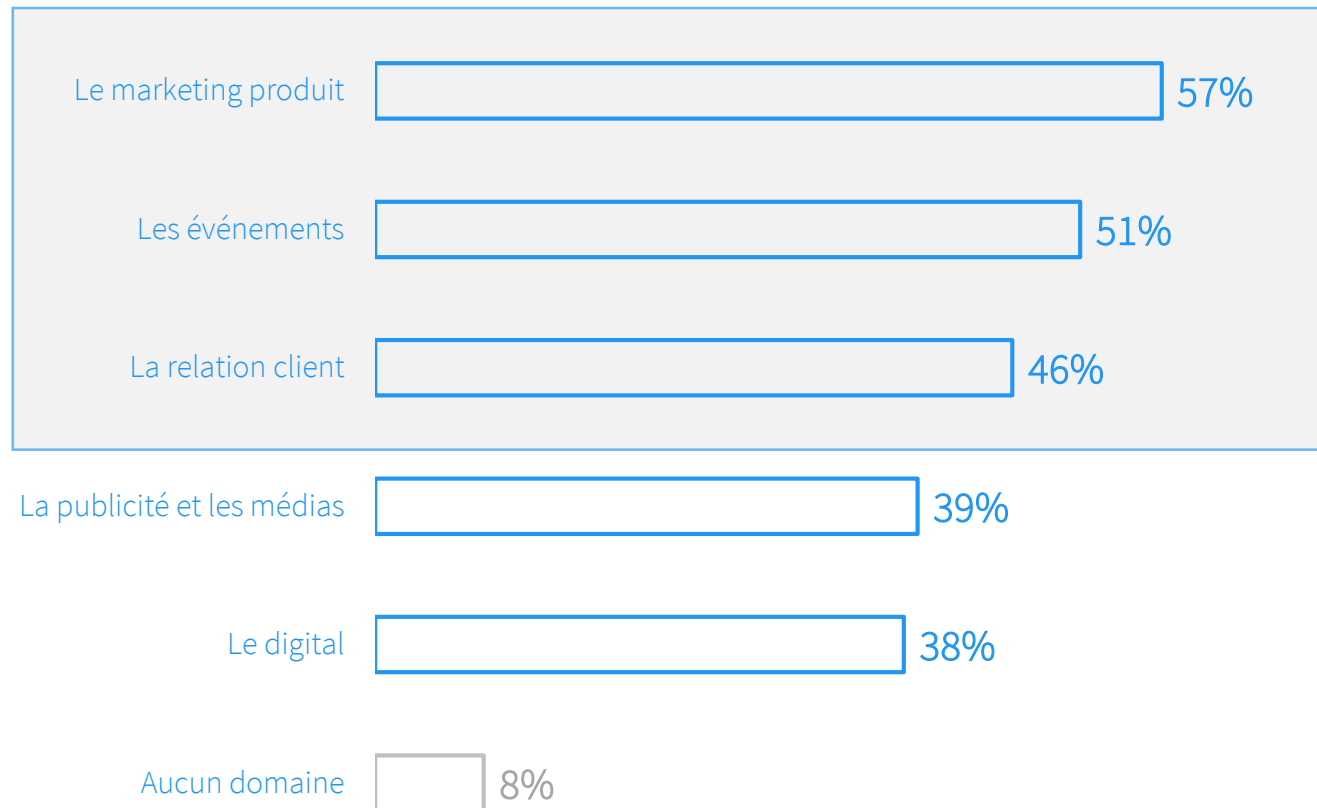
102
répondants 



De nombreux domaines sont déjà concernés par ces enjeux : marketing produit, événements et relation client en priorité

Dans quels domaines du marketing commencez-vous à intégrer les enjeux de développement durable et responsable ?

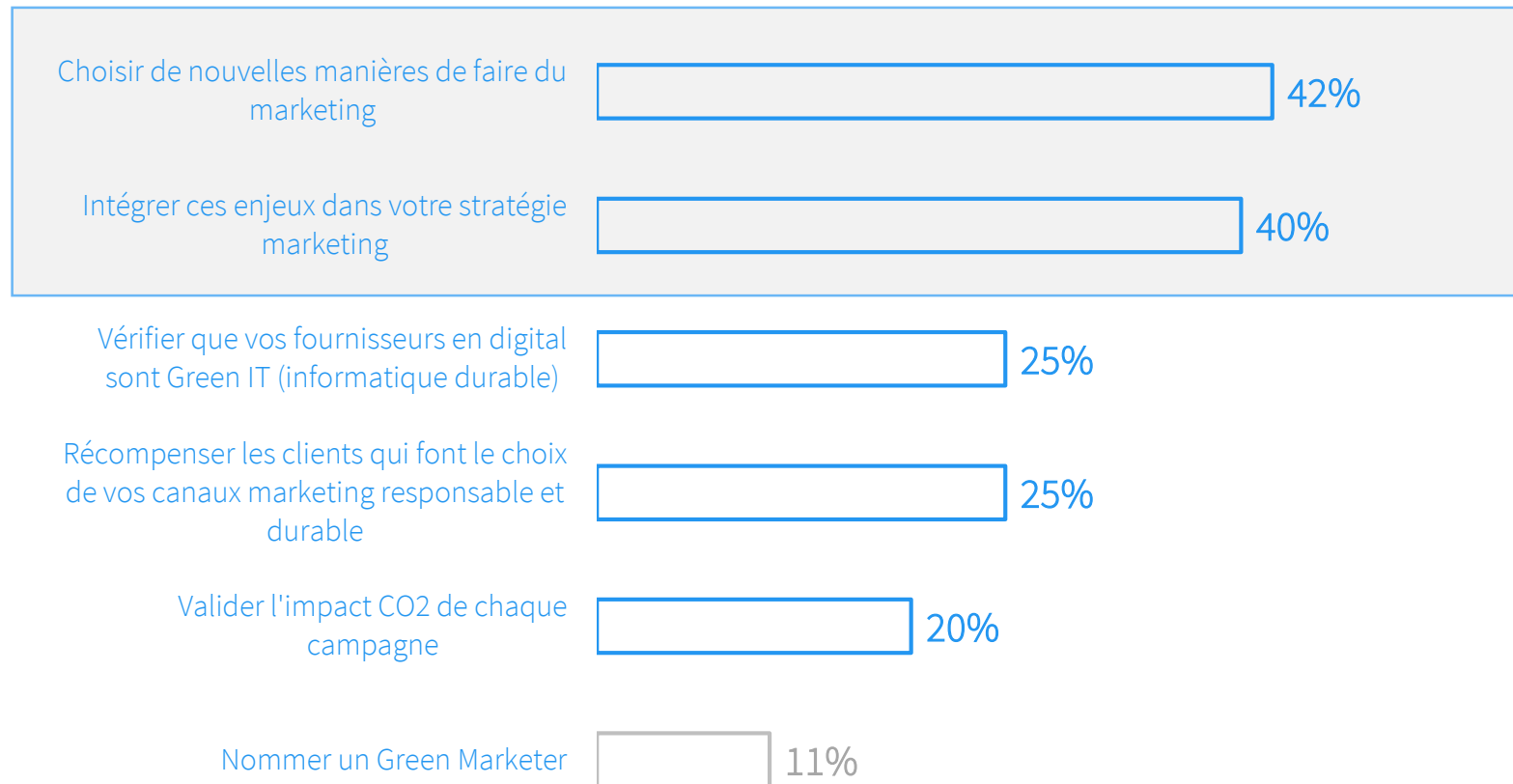
102
répondants 



Les priorités à venir : intégrer les enjeux dans la stratégie & choisir de nouvelles manières de faire du marketing

Par rapport à ces enjeux, quelles pourraient être vos priorités dans le futur ?

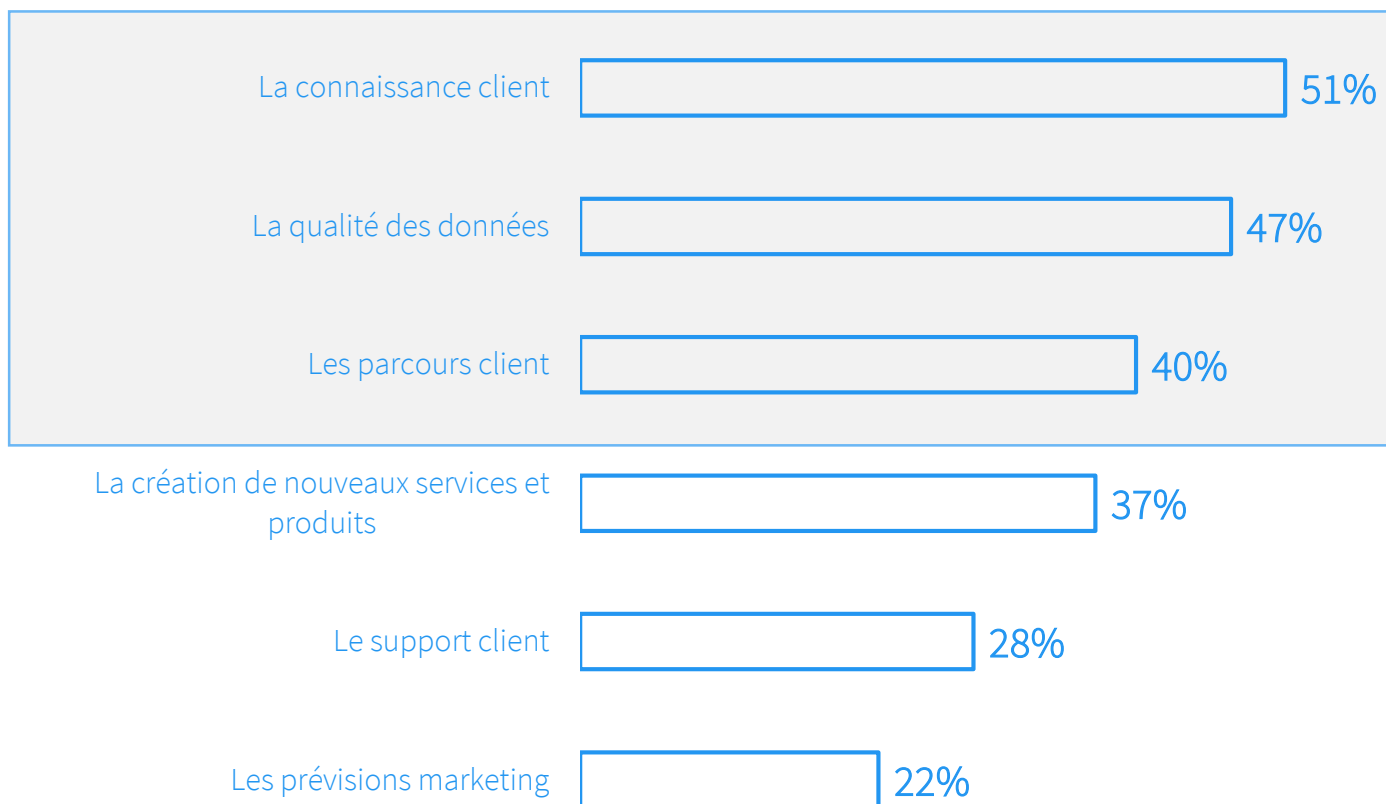
102
répondants 



L'expérience client pour une meilleure connaissance client, un meilleur parcours client et l'amélioration de la qualité des données

Selon vous, que va permettre d'améliorer l'expérience client dans votre marketing ?

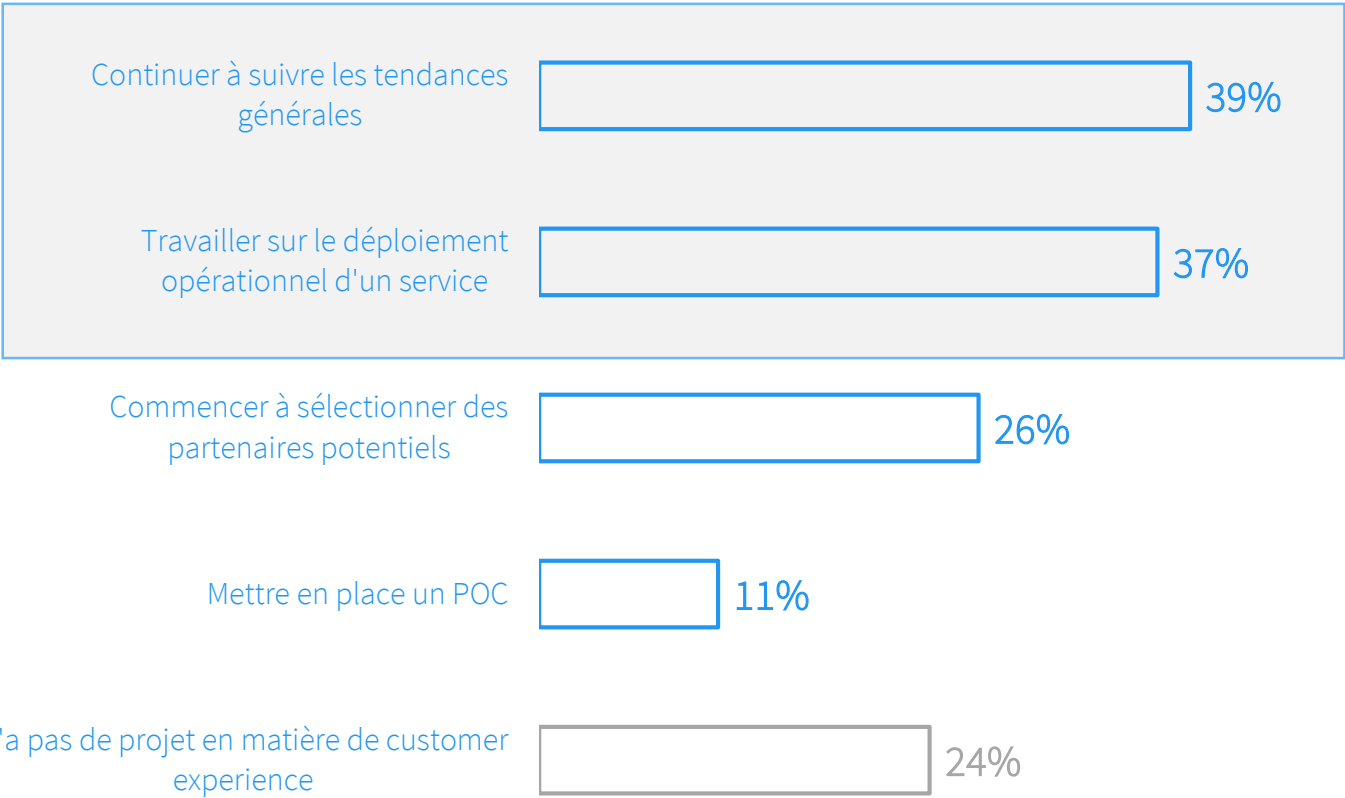
102
répondants 



8 CMO sur 10 ont un projet/une réflexion de Customer experience en 2019

Quels sont vos projets de Customer Experience en 2019 ?

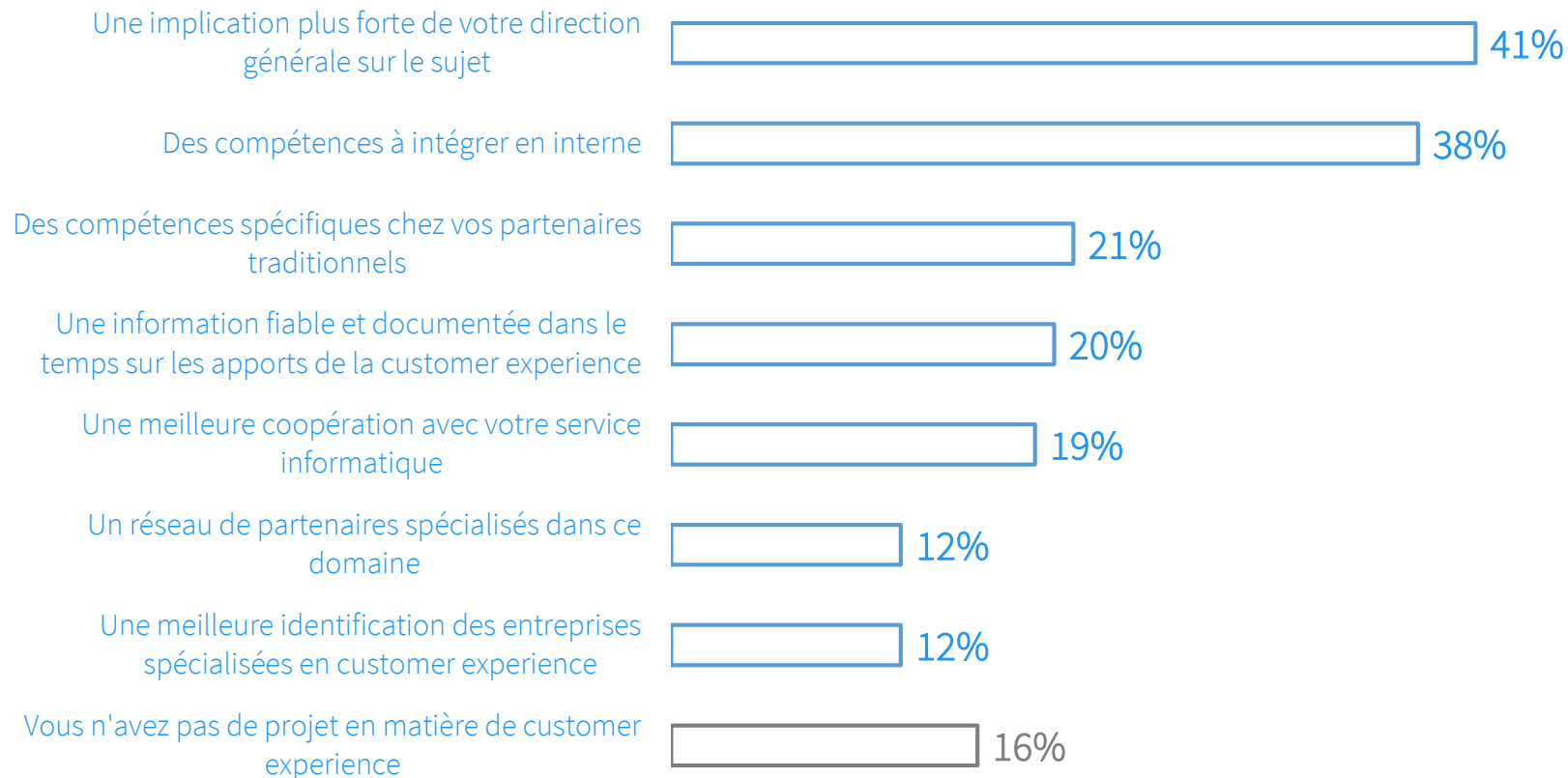
102
répondants 



Pour avancer sur les projets de Customer Experience, la solution est interne

Que vous manque-t-il pour avancer dans vos projets de Customer Experience ?

102
répondants 



Echantillon

	Total	%age
Banque et assurance	7	7%
Commerce & HCR	14	14%
Industrie - BTP	53	52%
Services au particulier	4	4%
Services au professionnel	20	20%
NR	3	3%
200 à 499 millions	58	57%
500 millions à 999 millions	18	18%
1 milliard et plus	22	22%
NR	3	3%

DIGITAL CMO

SMART TECHNOLOGY FOR MARKETING & SALES

Contact

Gillen Gamiochipi
Responsable des opérations

ggamiochipi@digitalcmo.fr
+33(0)6 85 102 94 57

Eric Ochs
CEO

ochs@mmmedia.fr
+33(0)6 07 49 09 49