



Pourquoi le Social Selling est-il devenu incontournable ?

Constat en France :

38 millions de français utilisent les réseaux sociaux soit **58% de la population**. (2019)



LinkedIn :

20 millions de membres inscrits en France en **2020**



LinkedIn est devant les autres réseaux sociaux en termes de génération de leads en BtoB.

74% des décideurs B2B utilisent fréquemment LinkedIn pour échanger avec les pairs et participer à des groupes de discussion (2020)

Un véritable changement dans la relation client :

90% des acheteurs préfèrent chercher eux-mêmes l'information qu'être sollicités. (2017)



87% des clients ont une meilleure impression du commercial s'il leur a été présenté via leur réseau. (2019)

82% des décideurs B2B suivent des communautés et des blogs et consomment régulièrement des articles, des vidéos et interagissent avec la communauté (2020)



En BtoB, **60%** de la décision d'achat du client est prise **avant** de rencontrer un commercial. (2018)

84% des CEO en B2B utilisent les réseaux sociaux dans leurs décisions d'achat (source B2B marketers) (2018)



65% des acheteurs B2B indiquent que le contenu marketing a un **impact significatif** sur leur acte d'achat. (2018)



Pourtant seulement 1 professionnel sur 3 utilise les réseaux sociaux pour booster leur business.

Seules **23%** des entreprises disent s'être converties au social selling. (2018)

Le social selling génère jusqu'à 45% d'opportunités en plus : (2020)

73%

des responsables marketing pensent que leurs stratégies réseaux sociaux ont été "plutôt efficaces" ou "très efficaces" pour leur entreprise (Buffer, 2019).

78%

des commerciaux pratiquant le social selling ont vu leur efficacité augmenter. (2020)

54%

des commerciaux déclarent avoir conclu une affaire grâce aux réseaux sociaux (2020)

83%

des marketeurs considèrent que les réseaux sociaux ont un rôle important à jouer dans les stratégies marketing BtoB. (TNS Sofres, 2015)

76% des entreprises françaises voient le social selling comme un avantage concurrentiel. (2018)

Il en coûte **75%** moins cher de générer des leads via les réseaux sociaux (2018)

Les avantages du social selling !

Parmi les professionnels :

39%

estiment que cela génère un gain de temps dans la prise de contact

33%

une augmentation des leads

31%

une meilleure fidélisation client