

Etude HubSpot : les outils d'IA permettront aux marketeurs de gagner plus de 25 journées de travail cette année

- 35% des marketeurs déclarent recourir à l'IA et à l'automatisation
- Les tâches chronophages sont ainsi effectuées en 2 fois moins de temps
- Parmi les plus automatisées figurent celles liées au SEO, à la création de contenu et à l'animation des réseaux sociaux

Paris, France – le 16 janvier 2024 – [HubSpot](#), la plateforme de gestion de la relation client (CRM) pour les entreprises en croissance, dévoile aujourd'hui les résultats d'une [étude](#) portant sur les tendances de l'utilisation de l'IA par les marketeurs. Plus de 70% des responsables ont ainsi constaté un ROI positif et une plus grande productivité de leurs employés suite à l'implémentation d'outils d'IA.

Les avancées technologiques de l'intelligence artificielle (IA) ont révolutionné le monde de la vente, du marketing et du service client. Grâce à l'IA, les entreprises peuvent désormais exploiter des données massives pour prendre des décisions éclairées et personnalisées. [HubSpot a collecté les dernières statistiques et les tendances sur l'IA à connaître en 2024.](#)

Côté marketing, l'IA offre ainsi un immense potentiel pour améliorer l'efficacité, la pertinence et la personnalisation des stratégies marketing. En restant à l'avant-garde de ces avancées technologiques, les entreprises peuvent se positionner en leader sur leur marché et offrir des expériences uniques à leurs clients. 90% des sondés déclarent d'ailleurs que l'IA et l'automatisation leur permettent de consacrer moins de temps aux tâches manuelles et davantage à celles qu'ils apprécient le plus et à la création.

Une définition technologique encore floue qui fausse les chiffres

35 % des marketeurs déclarent recourir à l'IA et à l'automatisation dans le cadre de leur rôle et ce chiffre grimpe jusqu'à 54 % pour les blogueurs et les spécialistes du SEO. Les définitions de l'IA et de l'automatisation étant un peu floues, ce chiffre pourrait s'avérer bien plus élevé. Par exemple, Grammarly est un outil d'IA, mais nombreux sont ceux qui ne le perçoivent pas comme tel.

Parmi les outils les plus utilisés figurent les chatbots (ex. ChatGPT, ChatSpot), les outils de génération de texte (ex. Jasper), ceux de conception graphique (ex. l'IA de Canva) ou audio (ex. Speechify).

Libérés des tâches chronophages et à faible valeur ajoutée

68 % des responsables marketing, à des postes de directeur ou supérieurs, ont déclaré que l'implémentation des solutions d'IA et d'automatisation dans leur entreprise entraînerait une croissance sans précédent - et cela passe directement par l'augmentation de la productivité des équipes.

Alors que les marketeurs travaillent en moyenne sur cinq campagnes à la fois, ils disposent d'une charge de travail considérable qui exige de redéfinir leurs priorités et de déléguer. C'est notamment dans ce contexte que les outils d'IA ont gagné en popularité. L'implémentation d'un tel outil permet en effet à un employé de consacrer en moyenne presque 2,5 heures en moins à ces tâches chronophages. Elles sont toujours finalement effectuées, mais en deux fois moins de temps.

Des cas d'utilisation variés, de l'inspiration à la création concrète d'opérations

Les marketeurs recourent à l'IA générative pour quatre activités principales : la création de contenu (48%), l'analyse et le reporting relatif aux données (45%), l'apprentissage (45%) mais aussi les recherches (32%).

Concrètement, voici quelques-uns des cas d'utilisations les plus répandus :

- 37% l'utilisent pour automatiser les tâches chronophages en matière de SEO - alors que la planification et la recherche de mots clés sont particulièrement répétitives
- Plus de trois heures pour chaque contenu créé sont gagnées grâce au recours à l'IA - même si dans 96% des cas, le contenu généré par l'IA n'est pas assez complet et doit donc faire l'objet d'un retravail, cela aide toujours à trouver un point de départ
- 1 marketeur sur 5 utilise l'IA pour résumer un texte - cela permet notamment de le recycler pour le diffuser sur plusieurs canaux (emails, réseaux sociaux, etc.)
- 31% l'utilisent pour créer des posts destinés aux réseaux sociaux - en créant plusieurs versions d'un même texte pour s'adapter aux différentes plateformes
- 28% y créent même des emails et y répondent - cela améliore donc les processus de ventes et de promotions, alors que 25% l'utilisent même pour créer des descriptions de produits
- 45% exploitent ces outils pour analyser des données - notamment celles des blogs pour s'assurer que les contenus ne deviennent pas obsolètes ou moins utiles, mais aussi pour les rapports trimestriels plus classiques.

Méthodologie

HubSpot a mené une [enquête](#) en 2023, auprès de plus de 1 350 professionnels du marketing, de la vente, du service client et du SEO de par le monde et dans tous les secteurs d'activité, et s'est principalement concentré sur les professionnels du marketing pour obtenir ces données.

À propos de HubSpot

HubSpot (NYSE : HUBS) est la plateforme client qui aide les entreprises à réussir leur croissance. HubSpot permet aux équipes de renforcer leurs connexions avec les clients en proposant une plateforme unifiée optimisée par l'IA qui inclut des logiciels d'engagement client, un CRM intelligent, un écosystème connecté fort de plus de 1 500 intégrations avec son [marketplace des applications](#), une communauté dynamique, ainsi que des formations et ressources pédagogiques avec HubSpot Academy. Aujourd'hui, plus de 184 000 clients, comme DoorDash, Reddit, Eventbrite et Tumblr, répartis dans plus de 120 pays, utilisent HubSpot pour attirer les clients, interagir avec eux et les fidéliser. Pour en savoir plus, rendez-vous sur www.hubspot.fr

HubSpot a été récompensé pour sa culture par les sociétés Glassdoor, Great Place to Work, Comparably, Fortune, ou encore Entrepreneur, Inc. HubSpot a été fondé en 2006 et son siège se trouve à Cambridge dans le Massachusetts. Les milliers d'employés de HubSpot travaillent dans le monde entier dans les bureaux de l'entreprise et à distance.

Contact presse : AxiCom

hubspotPR.france@axicom.com

+33 6 46 19 56 48