

B2B :

Boostez votre business
durablement grâce à votre
base de données





Sommaire

	Introduction	3
1	Les données à enrichir ou à mettre à jour	5
2	Enrichissement des bases de données B2B : quels enjeux ?	9
	• Pourquoi enrichir vos bases de données B2B ?	
	• Réalisez un état des lieux précis de votre data	
3	Mise à jour BDD clients : quels bénéfices pour votre entreprise ?	13
4	Conclusion	17
5	À propos d'Avanci	20
6	À propos de MV Group	21





68 % des professionnels du B2B estiment la gestion des données clients essentielle pour stimuler la croissance de leur business¹. La qualité, la précision et la fraîcheur de la data disponible sont les prérequis d'une bonne prospection commerciale B2B.

Le marché B2B présente de nombreuses similitudes avec celui de la vente B2C.

La **complexité**, associée à la **richesse des données à intégrer**, demeure un aspect distinctif de ce secteur.

Les informations utiles incluent les caractéristiques de l'entreprise elle-même, et en particulier sa **santé financière**, qui doit être tenue à jour. En effet, il est essentiel d'avoir connaissance de tous les événements susceptibles d'impacter le cycle de vie d'une entreprise (déménagement, procédures collectives, changement de dirigeants, entreprises en croissance, etc). Également, posséder les informations de plusieurs contacts différents au sein de l'organisation est **précieux**.

En effet, les **interlocuteurs clés de vos clients peuvent évoluer très vite** en fonction des mutations ou des changements de postes. Il n'est pas rare de gérer plusieurs interlocuteurs au sein d'un même grand compte, parfois dans des filiales distinctes.

Le B2B se distingue aussi par une prospection prolongée et un parcours d'achat plus réfléchi. Avant de conclure une transaction, l'entreprise cliente s'engage dans une phase de comparaison, de mise en concurrence. Votre priorité consiste à cultiver et à entretenir la relation avec le prospect sur la durée, dans le cadre d'une stratégie élaborée d'inbound marketing, afin de remporter le contrat.

¹ Source : <https://www.ranktracker.com/fr/blog/50-b2b-statistics-you-need-to-know-for-2022/>



Ce livre blanc Avanci va vous dévoiler l'importance vitale d'avoir **une base de données B2B actualisée et précise**. La fiabilité de votre data CRM n'est pas un luxe, mais une condition clé pour fidéliser vos entreprises clientes ou remporter des parts de marché :

- Découvrez comment mettre en place un **référentiel client unique (RCU)**, qui centralisera, traitera et unifiera la donnée, afin de récupérer l'ensemble des interactions d'un client, pour en tirer une vision unique. Le RCU est crucial pour votre mise en conformité RGPD, via l'anonymisation des données et le traitement des demandes d'opt-out.
- Accédez à de nouvelles opportunités de conquête commerciale. Vous pourrez identifier de manière proactive **qui sont vos meilleurs clients**, faire ressortir un profil type, et le matcher avec Corpia (le référentiel des entreprises en France) pour identifier les profils jumeaux ou « lookalike », et générer des leads ultra qualifiés.
- Élaborez des **plans marketing ciblés et personnalisés** en vous appuyant sur votre base de données enrichie. Augmentez le taux de conversion de vos campagnes et la rétention de vos entreprises clientes à long terme.



Amélie Meusnier,

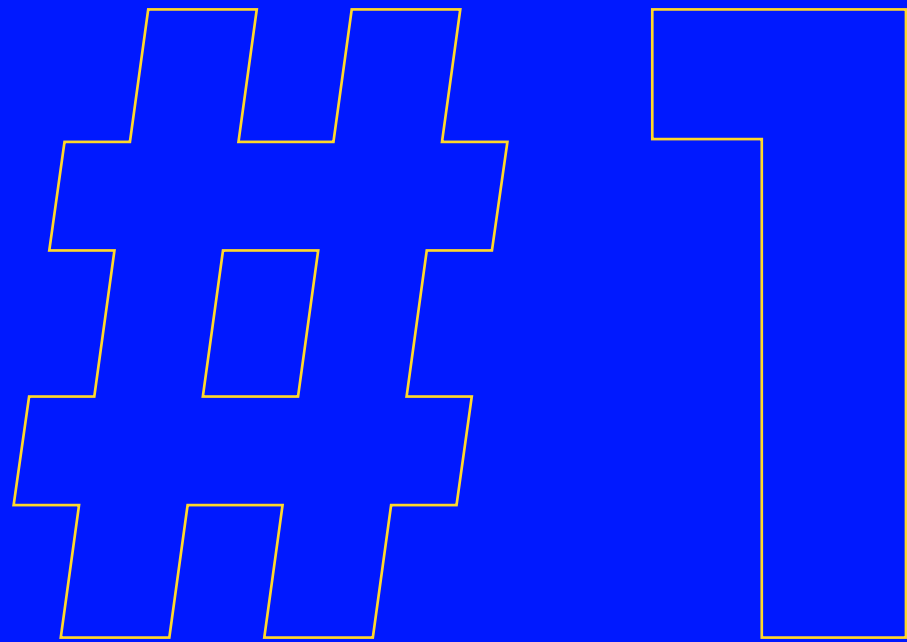
Directrice clientèle B2B



Volatilité et obsolescence rapide des données B2B

Les données d'entreprises dans le secteur B2B ont la particularité de devenir obsolètes très vite. Vos clients ou prospects peuvent engager une modification de raison sociale, une ouverture ou fermeture d'établissement, une refonte de l'organigramme... Sans même mentionner les mouvements de personnel incessants ! Une base de données à jour est fondamentale pour savoir si l'entreprise est active ou non, si elle est en bonne santé financière ou si vous vous adressez à la bonne personne. Elle conditionne la pertinence de votre communication marketing.





Les données à enrichir ou à mettre à jour



Les entreprises B2B prospèrent sur des données riches et actualisées. La qualité de ces informations ne se limite pas à une simple compilation de contacts. Elle s'étend à une vaste gamme de données essentielles :

- Les **données de contact** basiques comme la **civilité**, le **nom** et le **prénom** constituent les fondations d'une communication personnalisée.

Comprendre la fonction du **dirigeant** ou de **chaque responsable opérationnel** permet d'adapter votre proposition de valeur en fonction des besoins spécifiques de votre interlocuteur. Idéalement, votre base doit inclure l'email et le numéro de mobile de plusieurs contacts, en complément du standard officiel de l'entreprise.

- **L'open data de l'Insee** constitue l'une des principales sources de données utiles dans le secteur B2B.

Le **numéro SIRET** et la **date de création** offrent une perspective sur la stabilité comme l'ancienneté d'une entreprise. Une **adresse postale normalisée** est déterminante pour la délivrabilité de toutes vos communications au format print. Les **codes NAF** (Nomenclature d'Activités françaises) de l'entreprise, de ses établissements, ainsi que sa catégorie juridique fournissent des détails précieux sur le secteur d'activité du prospect.

- Les données tirées des **statuts de l'entreprise** incluent par exemple son siège social ou le nombre d'établissements secondaires.

Elles vous éclairent sur la structure organisationnelle et la répartition géographique de l'organisation. Les **tranches d'effectifs par établissement** vous donnent une meilleure idée de sa dimension.

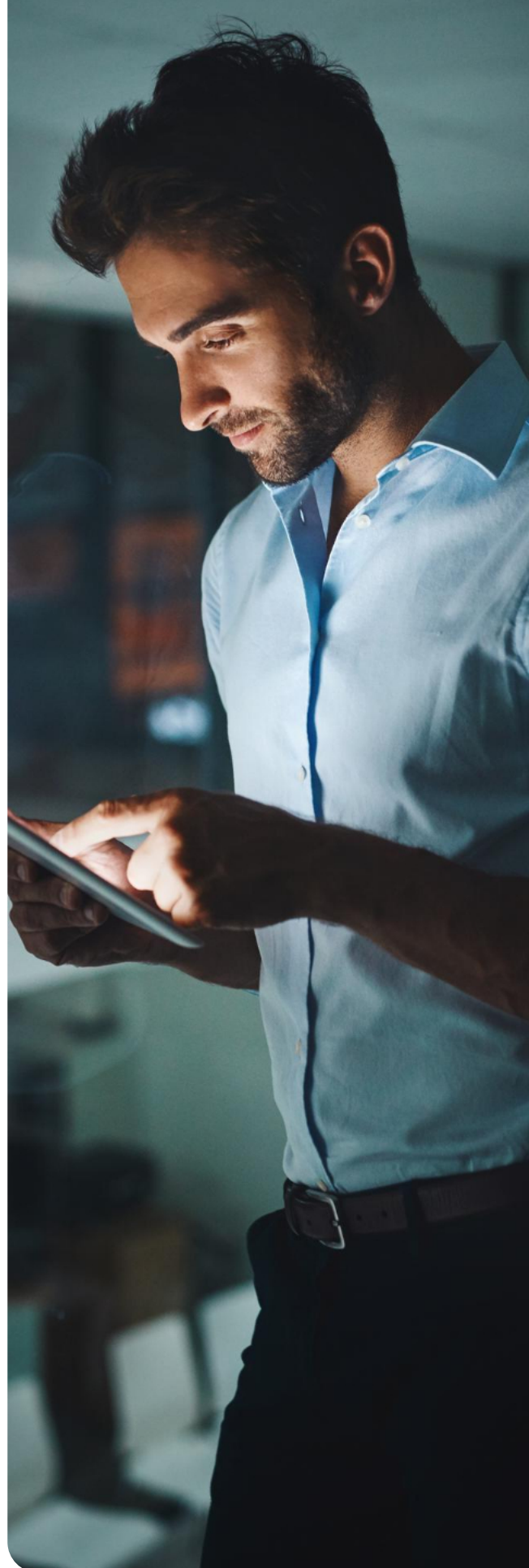


- **Le Bulletin Officiel des Annonces Civiles et Commerciales (BODACC)** propose des informations essentielles en libre accès.

Cela inclut les **procédures collectives en cours**, les **augmentations de capital**, les **changements de dirigeants**. La data BODACC, une fois intégrée à votre base, vous apportera une vision globale de la santé financière ou des perspectives de développement de vos clients.

- La data liée aux **indicateurs financiers** de l'entreprise cliente, son résultat net ou son chiffre d'affaires, peut être récupérée facilement auprès de différentes plateformes spécialisées.

Elle est complétée par la consultation du **registre des bénéficiaires effectifs (RBE)** de l'entreprise pour déterminer la répartition de son capital.





L'actualisation constante de vos données B2B est le pilier d'une bonne stratégie marketing. Une base enrichie génère **une vision à 360 degrés** de l'ensemble de vos contacts comme de vos prospects. Cette connaissance client de haut niveau vous aidera à proposer une expérience plus pertinente à chaque profil.



Audrey Izard,

Directrice conseil



Le RCU : pilier de votre stratégie data B2B

Le référentiel client unique ou RCU est l'outil de référence pour piloter une base de données B2B. Concrètement, nous allons d'abord centraliser et réunifier l'ensemble de votre base, puis lui appliquer un traitement de Data Quality. Il s'agit de structurer, fiabiliser et dédoublonner la donnée. Le processus intègre dès l'origine les restrictions liées au RGPD, notamment en matière d'anonymisation des données et d'opt-out. Il est ensuite possible de passer au calcul de la segmentation : un score est attribué à chacun de vos clients à partir de son historique et de ses comportements d'achat.





Enrichissement des bases de données B2B : quels enjeux ?





Vous évoluez sur un marché orienté B2B ? La qualité de votre base de données clients représente un double impératif opérationnel. Elle détermine à la fois la performance commerciale de votre organisation et la maîtrise de certains risques.

Pourquoi enrichir vos bases de données B2B ?

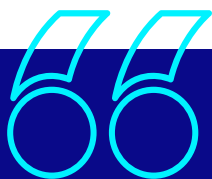
Une base de données B2B obsolète ou incomplète peut avoir un impact très négatif sur la performance comme la crédibilité d'une entreprise. Les principaux risques opérationnels pour votre organisation incluent :

- Des **données clients obsolètes**. Des informations périmées peuvent fausser une prise de décision, en vous orientant vers la mauvaise stratégie commerciale. À titre d'exemple, le financement d'une campagne marketing coûteuse auprès d'une entreprise en liquidation judiciaire n'aura aucun résultat concret.
- La **présence de doublons** dans la base de données. Ces fiches multiples, pour un seul client, éparpillent les informations utiles. Elles présentent aussi un enjeu de crédibilité si le même client reçoit plusieurs fois la même sollicitation marketing sous des références différentes.
- Des **adresses postales ou e-mail erronées**. Elles peuvent mener à des campagnes de publipostage ou d'emailing inefficaces, gaspillant de précieuses ressources financières et opérationnelles.
- Des **informations manquantes**. Qu'il s'agisse des préférences, historiques d'achat ou besoins spécifiques client, elles entravent la conception d'offres ou les interactions sur mesure, conduisant à une relation client impersonnelle.



L'enrichissement de votre base de données B2B, dans ce contexte, vise trois objectifs majeurs. La démarche, de l'audit initial à la veille de long terme, contribue à :

- **Améliorer votre crédibilité** comme le niveau de confiance de vos clients. Une prise de contact pertinente, en phase avec l'actualité de chaque prospect, démontre une compréhension approfondie de leurs besoins.
- **Accroître l'efficacité et la rentabilité de vos campagnes.** Des données de contact à jour réduisent les efforts consacrés au démarchage par vos équipes commerciales. Cela permet de concentrer leurs ressources sur les clients et prospects à forte valeur ajoutée, afin de maximiser le taux de conversion.
- **Affiner votre stratégie de prospection.** Le profiling de votre base vous aide à comprendre les caractéristiques distinctives de vos clients existants (taille, secteur d'activité, chiffre d'affaires...). Vous serez ensuite en mesure de démarcher d'autres entreprises « lookalike », partageant le même profil.



Amélie Meusnier,
Directrice clientèle B2B



Fiabilisation des données B2B : la méthodologie Avanci

Chez Avanci, l'enrichissement d'une base B2B passe d'abord par la réalisation d'un audit. Notre client nous met à disposition tout ou une partie de son fichier. Nous effectuons ensuite un premier rapprochement avec plusieurs bases officielles, dont l'open data de l'Insee et le BODACC. L'idée consiste à obtenir une identification positive pour un maximum de contacts, sur la base de leur raison sociale ou de leur adresse postale. Une fois le numéro SIRET confirmé, chaque fiche peut être enrichie avec les nombreuses informations dont nous disposons. Un compte-rendu d'audit est adressé au client. Cette première étape est souvent suivie d'une veille de long terme, avec un nouveau rapprochement quotidien ou hebdomadaire.





Réalisez un état des lieux précis de votre data

La réalisation d'un audit complet de votre base de données B2B est un préalable incontournable pour évaluer sa qualité comme sa précision. Le processus proposé par Avanci inclut un certain nombre d'étapes clés pour un enrichissement sans équivalent de votre connaissance client.

- **Normalisation des adresses et identification des doublons** : les adresses postales sont uniformisées selon une nomenclature précise pour garantir la cohérence et le caractère exploitable des données. En parallèle, les fiches doublons sont identifiées, puis réconciliées pour assurer la fiabilité de la base.
- **Sirétisation et validation des numéros SIRET** : tous les numéros SIRET déjà présents dans votre base sont vérifiés et rapprochés. Les SIRET manquants sont ajoutés après une procédure d'identification formelle de chaque entreprise concernée.
- **Rapprochement avec les sources d'open data (Insee, BODACC)** : les informations de votre base sont comparées avant d'être mises à jour en les confrontant aux principales sources officielles disponibles. Le procédé permet la correction des données obsolètes, mais aussi leur enrichissement.
- **Rapprochement avec des bases de contacts** : croisez vos propres données clients avec des bases de contacts externes pour enrichir les informations manquantes ou mettre à jour les coordonnées de vos principaux interlocuteurs.



Un **compte-rendu complet de l'audit** vous est ensuite adressé. Il inclut un état des lieux détaillé sur les forces, les faiblesses, ainsi que les lacunes de votre base de données B2B. Il est accompagné de recommandations spécifiques d'optimisation.



Segmentez efficacement votre clientèle B2B

La segmentation client au sein d'un RCU ouvre de nombreux champs d'application. Vous pourrez notamment engager des études de comportement d'achat, pour mieux comprendre le cycle de vie de vos clients et prospects. Cette analyse poussée s'appuie typiquement sur un historique de trois à cinq ans. Elle vous permet d'attribuer un score à chaque entreprise cliente, d'identifier vos acheteurs VIP et même d'anticiper leurs prochains besoins. C'est la clé d'une communication marketing personnalisée et efficace.

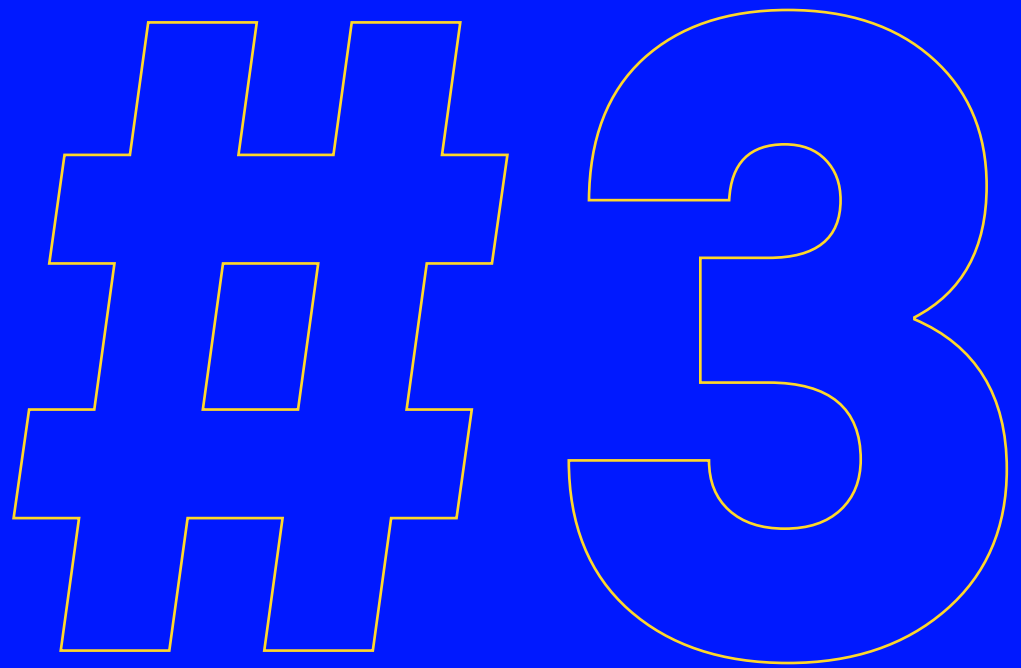


Audrey Izard,

Directrice conseil

avanci





**Mise à jour BDD
clients : quels
bénéfices pour
votre entreprise ?**



La fiabilité des données clients à votre disposition constitue la principale force d'une base CRM qualitative.

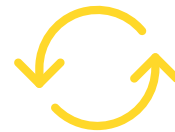
L'exactitude des données renforce la pertinence des prises de contact, donc la **crédibilité de l'entreprise** aux yeux de ses clients. Des informations exactes, précises et mises à jour favorisent :



Une prise de décision plus sereine



Des actions marketing mieux ciblées



Une relation client plus durable

Une base de données B2B constitue le socle d'une stratégie de **segmentation client**. Elle vous offre la possibilité d'adresser des communications personnalisées pour **transformer votre data en vision client à 360°**. Avec un référentiel client unique, vous êtes en mesure :

- D'identifier plus précisément les **leviers d'optimisation et de croissance** de votre business.
- **D'optimiser le retour sur investissement (ROI)** de vos campagnes marketing.
- **De prédire les futurs comportements** de vos clients grâce à l'analyse poussée de leur cycle de vie.
- **D'économiser du temps et de l'argent**, en accélérant le démarchage de nouveaux partenaires commerciaux sans gaspiller vos ressources vers des cibles non réceptives.



La connaissance approfondie d'une clientèle B2B, enfin, ouvre la voie au **data profiling des clients**.

La définition de segments précis comme **l'attribution d'un score** à chaque type de client feront ressortir les prospects à plus haute valeur ajoutée.

Vous pourrez cibler de manière efficace les entreprises les plus susceptibles d'acheter vos produits ou services.



Enrichissement data B2B : découvrez l'expertise AVANCI

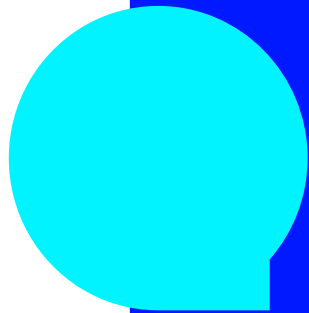
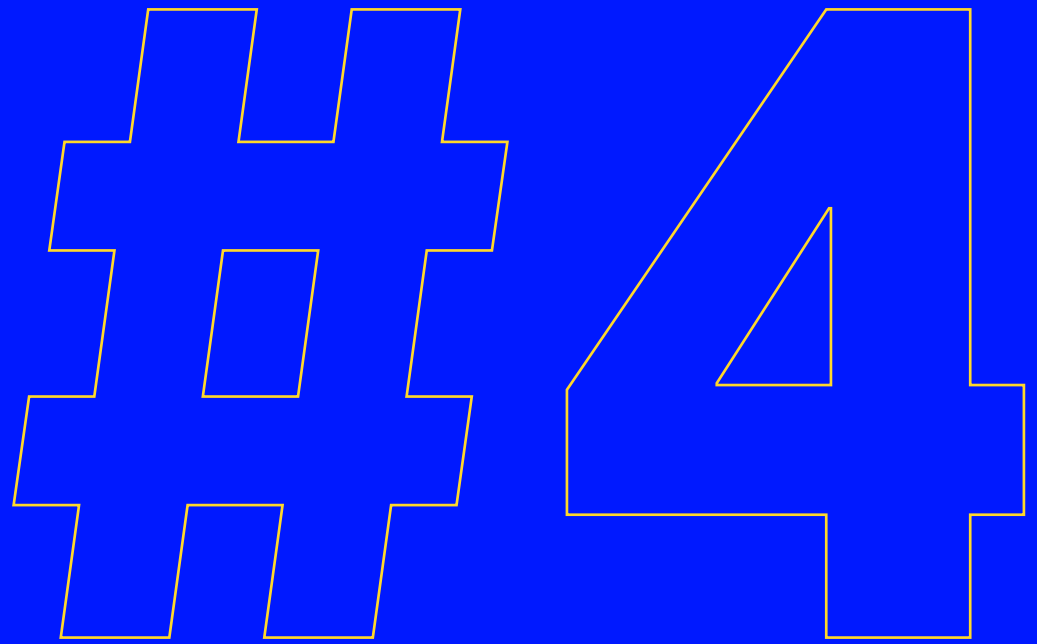
Avanci vous apporte l'expertise indispensable pour éviter les erreurs les plus courantes en matière de gestion de base de données B2B. Certains de nos clients, à leur arrivée, avaient par exemple 10 % d'adresses erronées dans leur base. D'autres communiquaient avec des clients en difficultés financières, et avaient donc un retour nul sur leur investissement. Nous assurons un accompagnement de long terme pour grandir avec le client, et lui donner accès à une base constamment rafraîchie.



Amélie Meusnier,

Directrice clientèle B2B





Conclusion





Une base de données clients enrichie, à jour, offre de nombreux avantages pour un professionnel B2B.

Elle constitue la clé de voûte d'une **connaissance client de haut niveau**. Obtenez des informations précises sur vos entreprises clientes, leurs besoins, leurs préférences comme leurs comportements d'achat... Vous comprendrez mieux leur parcours puis serez en mesure de personnaliser chaque interaction.

Des données actualisées sur vos principaux clients ou prospects vous aideront à prendre des décisions plus éclairées, par exemple pour :

- Lancer un nouveau produit.
- Ajuster une campagne marketing aux attentes de votre cible.
- Conquérir des parts de marché par une prospection plus ciblée.

Les entreprises disposant de données actualisées et exploitables, elles bénéficient d'un avantage concurrentiel déterminant sur leurs concurrents. Elles se montrent plus réactives face aux évolutions du marché ou à la situation changeante de leurs clients. Elles sont en mesure :

- D'anticiper leurs besoins.
- De répondre rapidement à leurs demandes.
- De favoriser leur fidélisation de long terme.





Les données utiles sur vos principaux contacts commerciaux évoluent à grande vitesse. Elles sont exposées au risque d'une obsolescence rapide. Au-delà d'une certaine taille critique, la fiabilité de votre base suppose un processus automatisé et rationalisé de mise à jour.

Des agences spécialisées comme Avanci accompagnent quotidiennement de nombreuses entreprises B2B vers une meilleure connaissance client. Nous assurons le rapprochement puis l'enrichissement de vos bases de données avec :

- Un **audit de maturité data** complet en début d'accompagnement.
- Des **suggestions personnalisées** selon votre secteur d'activité, votre environnement concurrentiel.
- Une **solution technologique clé en main**.
- Une **expertise reconnue** dans le domaine du data marketing.



Notre mégabase de données, **Corpia B2B**, est riche de millions de profils d'entreprises dans tous les secteurs d'activité. Elle vous permettra de compléter le profil de vos clients existants, mais aussi de générer de nombreux leads qualifiés pour **développer votre business**.





À propos d'



Avanci amplifie la valeur de vos clients



Associer le savoir-faire d'une agence conseil en marketing relationnel à celui d'une agence spécialisée en Data Marketing



Couvrir l'ensemble de la chaîne de valeur du marketing client en mettant la Data et la connaissance client au coeur de nos recommandations



Vous accompagner dans la mise en oeuvre de votre stratégie relationnelle



Créer des liens émotionnels et durables entre vos clients et votre marque



Créer des outils performants de Data Marketing et de pilotage de la phase de recrutement à la fidélisation



Développer le volume de nouveaux clients en réduisant le coût d'acquisition

Pourquoi choisir Avanci ?

Chez Avanci, nous vous accompagnons pour vous aider à y voir plus clair.

Nos équipes d'experts Data audient votre architecture technique et identifient vos sources de données pour vous proposer la meilleure solution en fonction de vos objectifs.

Nos partenaires



#MIEUX VIVRE LE DIGITAL

À propos de



MV Group est un groupe de marketing digital composé de 100 expertises réunies dans 11 filiales aux compétences data et digitales complémentaires.

Notre ambition ? Assurer la réussite de nos clients et faire grandir leur business grâce au digital.

Réussir sa stratégie digitale autrement

Pour simplifier les process et vous donner une meilleure compréhension de notre savoir-faire, nous vous assurons un interlocuteur unique. Il vous garantira efficacité et cohérence dans la mise en place de votre stratégie et la synergie des équipes. Travailler avec MV Group, c'est avoir la puissance de pôles d'expertises collaborant en synergie pour un effet incrémental :

- Branding
- Acquisition
- Conversion
- Fidélisation
- Stratégie
- Valeur client
- Valeur produit
- Engagement
- Formation





Solutions Data & CDP

Data intelligence

Stratégie & Activation CRM

Vous souhaitez échanger sur votre projet ?



09 70 14 38 07



avanci.fr



contact@avanci.fr

M V G R O U P



BORDEAUX – LILLE – LYON – MARSEILLE – NANTES – NICE – PARIS – RENNES – STRASBOURG – TOULOUSE – TOURS

Ne pas jeter sur la voie publique. © 2024 Avanci. 12 allée Colette Duval 37100 Tours, B. C.S. Rennes B. 3795220 325. SIRET 51102032200074. Création : P&P le Market Comm'WV GROUP.