

# L'évolution des équipes d'achat IT dans la région EMEA

Les organisations marketing et commerciales performantes savent que pour conclure une vente, elles doivent impliquer plusieurs membres d'une équipe d'achat. Pour y parvenir, les équipes doivent avoir une idée précise de la composition de cette équipe d'achat : quels sont les rôles de ses membres, à quel moment interviennent ils, quelles sont leurs préoccupations, etc.

Dans cette infographie, nous examinons les conclusions de l'étude *Purchase Process Study d'Informa TechTarget* afin de comprendre comment les équipes d'achat de technologies dans la région EMEA évoluent. De la taille moyenne des équipes d'achat aux rôles qui les composent, nous vous présenterons les changements survenus au sein des équipes d'achat afin que vous puissiez les cibler de manière plus stratégique et les impliquer plus efficacement.



## Les décisions d'achat IT sont prises par un groupe diversifié de personnes

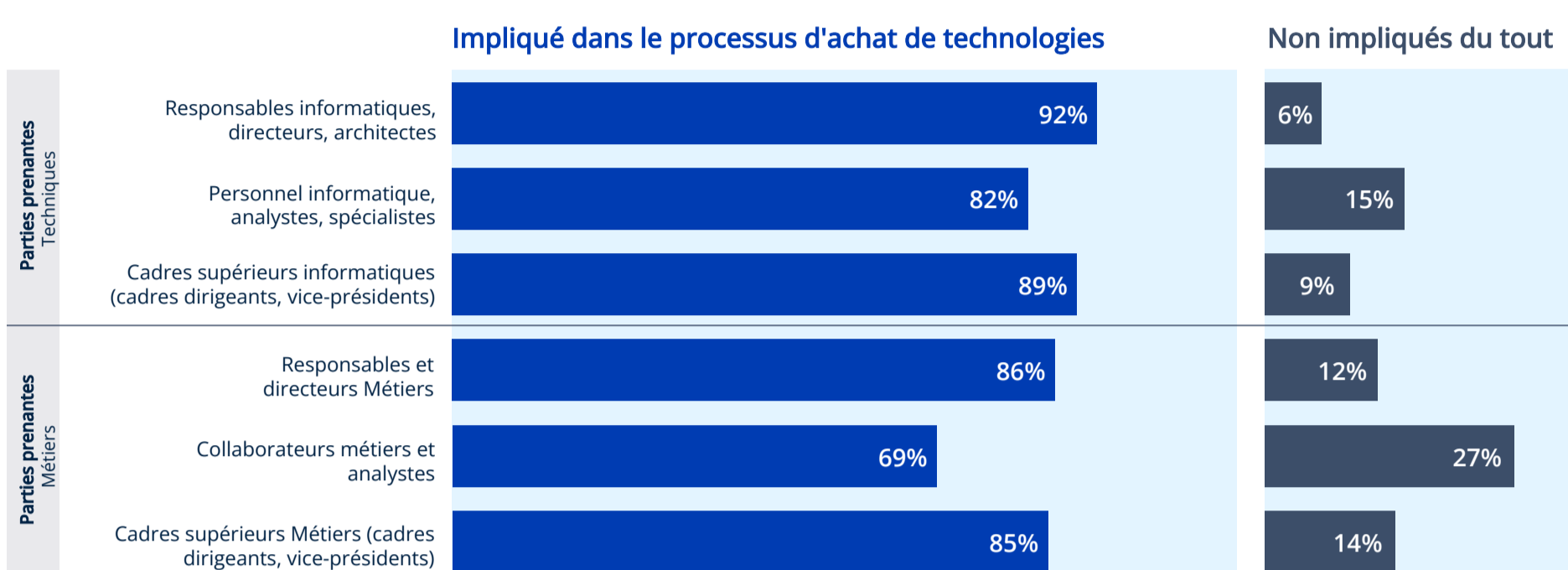
Aujourd'hui, le nombre moyen de parties prenantes dans un achat technologique est de sept, et les grandes entreprises de plus de 1 000 employés comptent généralement huit personnes ou plus impliquées dans le processus d'achat. Au sein de l'équipe d'achat, les parties prenantes techniques et commerciales participent au processus décisionnel.



### Conseil de Pro

Au cours de leur processus de recherche, les acheteurs de la zone EMEA consacrent en moyenne huit heures par semaine à la recherche de solutions technologiques. Nous savons qu'une grande partie de cette recherche est effectuée au début du processus d'achat et de manière digitale. Les entreprises devraient donc chercher à atteindre les acheteurs en assurant une présence omnicanale sur les plateformes numériques où ceux-ci se rendent pour obtenir des informations fiables.

### À quel moment chacun des acteurs suivants intervient-il dans le processus d'achat de technologies ?



## Les acteurs métiers et la Direction financière ont gagné en influence et en engagement

Depuis l'année dernière, le rôle des acteurs métiers et financiers au sein de l'équipe d'achat s'est accru. Cela s'explique probablement par l'impact de l'IT sur les résultats des entreprises, en particulier avec l'adoption par de nombreuses organisations d'initiatives de transformation digitale. Le moment et la manière dont les acteurs commerciaux sont impliqués dans le processus d'achat dépendent de leur rôle : les collaborateurs métiers et les analystes sont impliqués dès le début du processus d'achat, les responsables sont impliqués tout au long du processus et les dirigeants sont impliqués dans les phases intermédiaires et finales de la prise de décision.



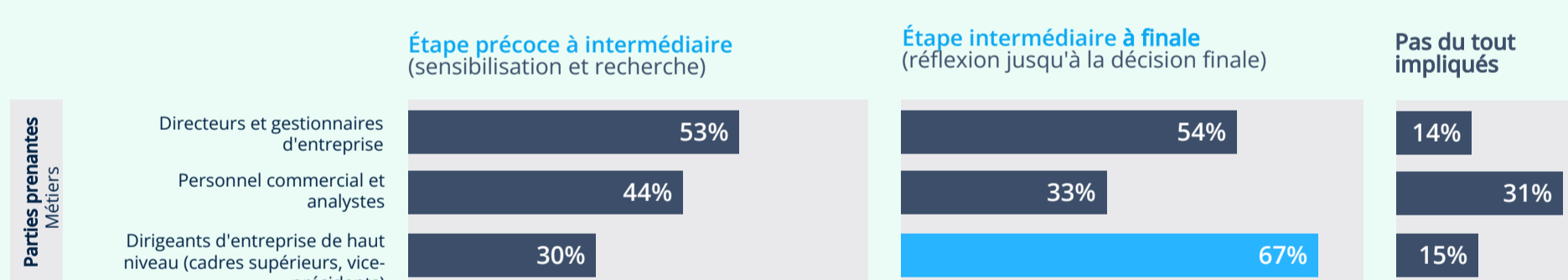
### Conseil de Pro

Les parties prenantes commerciales étant davantage axées sur la démonstration du retour sur investissement d'un nouvel investissement technologique, les organisations doivent s'assurer que la valeur commerciale de leur solution est intégrée dans les messages et le contenu destinés à ce type d'acheteurs. En ce qui concerne les types de contenu, les rapports d'analyses, les webinaires et les fiches techniques des produits sont les plus importants pour les parties prenantes commerciales lors de l'établissement d'une liste restreinte de fournisseurs. Les organisations doivent donc disposer de ces types de contenu.

### Depuis l'année dernière, les acheteurs de technologies signalent une augmentation de...

- 15 % de la participation des responsables métiers à un achat technologique récent.
- 5 % de la participation des dirigeants à un achat technologique récent.

### À quel moment chacun des acteurs suivants intervient-il dans le processus d'achat de technologies ?



## Les collaborateurs jouent un rôle croissant dans les équipes d'achat

72 % des professionnels affirment que chaque collaborateur est davantage impliqué dans le processus d'achat qu'auparavant. Le personnel occupant des fonctions métiers et techniques est le plus souvent impliqué dans les premières étapes du processus d'achat de technologies, jouant souvent un rôle influent dans le processus de recherche initial.



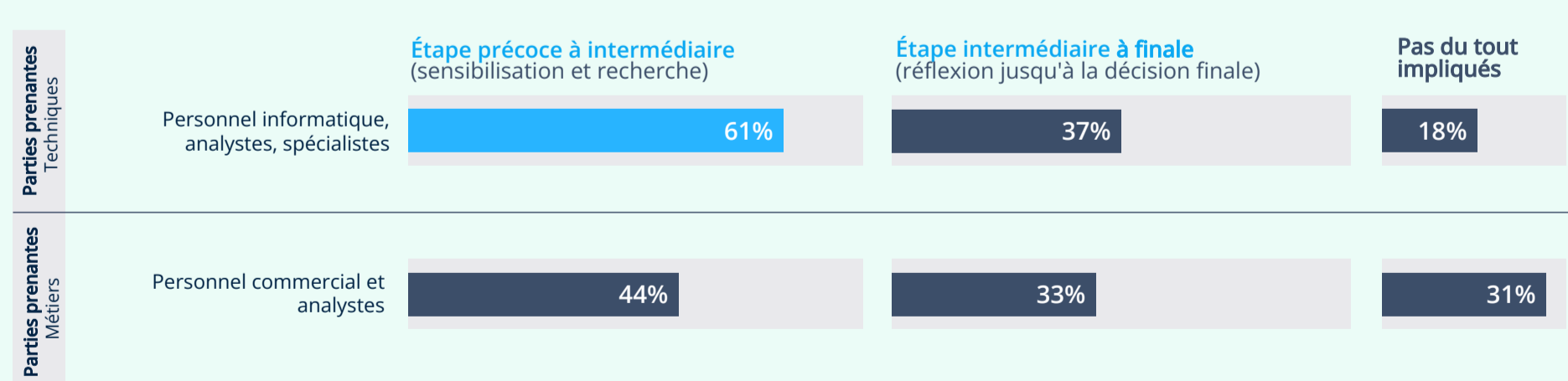
### Conseil de Pro

Les collaborateurs métiers ou IT ont des problèmes très spécifiques à résoudre, vous devez donc comprendre les caractéristiques techniques et les intégrations de votre solution et comment elle peut aider à résoudre leurs problèmes. En termes de types de contenu, cela signifie que les membres du personnel considèrent que les études de cas, les avis d'analyses et les évaluations d'experts sont les éléments les plus importants lorsqu'ils établissent une liste restreinte de fournisseurs. Les entreprises ne doivent pas ignorer l'influence des membres du personnel dans le processus d'achat. En mettant à leur disposition un contenu technique pertinent, vous aurez plus de chances de figurer sur leur liste restreinte.

### Depuis l'année dernière, les acheteurs de technologies signalent une augmentation de...

- 12 % de l'implication du personnel commercial dans les achats technologiques récents.
- 7 % de l'implication du personnel informatique dans les achats technologiques récents.

### À quel moment chacun des profils suivants est-il impliqué dans le processus d'achat IT ?



Les équipes d'achat technologique d'aujourd'hui sont plus importantes et plus diversifiées que jamais. Pour créer un avantage concurrentiel, les organisations marketing IT B2B doivent mettre en place une stratégie qui crée des messages et des contenus solides afin d'impliquer tous les membres de l'équipe d'achat et élaborer un plan de diffusion qui permettra d'atteindre les différents décideurs là où ils se trouvent déjà.

Pour obtenir plus d'informations sur l'étude *2024 Purchase Process Study* ou pour découvrir comment Informa TechTarget peut vous aider à mieux identifier, cibler et impliquer les équipes d'achat, contactez un expert dès aujourd'hui **contactez un expert dès aujourd'hui**.