



Hello,

Déjà le mois de décembre ! Pour vous aussi l'année est passée super vite ? 🤩

La tribe souhaite vous aider à prendre de bonnes résolutions côté Product Marketing alors ce mois-ci on vous partage pas mal d'astuces faciles à mettre en place dans votre organisation 🤗

Au programme du jour :

📄 Les résultats de l'étude LPC sont disponibles ! Cette année, ce sont 1308 Product people qui ont répondu à l'étude et c'est probablement la plus importante depuis qu'elle a été lancée en 2018.

📌 Le mémo de la Tribe : Une nouveauté dans la newsletter ! L'équipe Product Marketing de Thiga vous partage ses best practices, le sujet du jour ? Les rituels PMM à mettre en place.

🗣️ Envoyé spécial : On s'est rendu dans les bureaux de Sopra pour écouter de super speakers sur l'intégration de la data dans la stratégie Product Marketing et on a pris quelques notes pour vous.

🎧 Culture PMM : On vous partage les 3 assets que vous avez préféré cette année !

C'est l'édition #12 de **One team, one dream** et ça commence maintenant !

Bonne lecture 🤗



Chloé, Product Marketing Manager

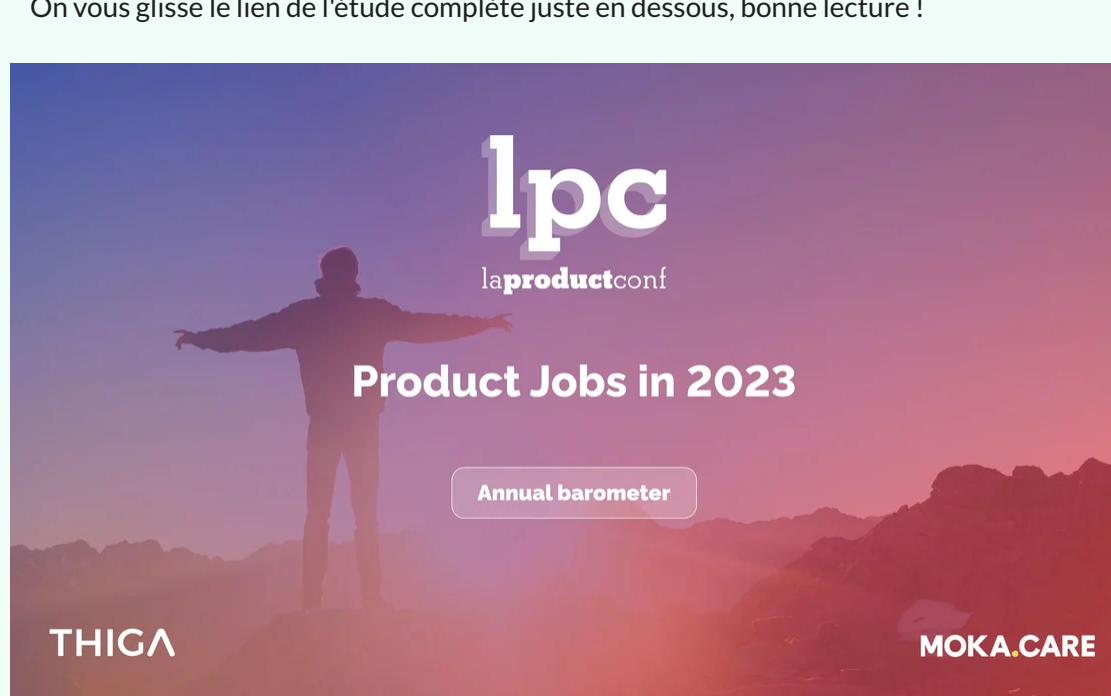
📄 Les résultats de la LPC sont disponibles

Le Product Marketing bien qu'en expansion reste une discipline plutôt jeune, alors toute la data que l'on peut récolter sur notre si beau métier et son évolution est bonne à prendre ! Cette année, 63 PMM ont répondu au sondage, c'est 37% de plus que l'année dernière.

Quelques chiffres clés qu'on a retenus :

- **Il faut continuer d'éduquer les équipes sur ce nouveau métier.** Selon l'étude, le métier du PMM est compris partiellement aujourd'hui à 48% par les autres fonctions, un beau pas en avant ! L'évangélisation ne doit cependant pas s'arrêter, car 58% des Product Marketers estiment que les équipes ne comprennent pas bien voir pas du tout le métier.
- **On aime notre métier !** Malgré un grand périmètre d'actions qui diffère selon l'organisation et les objectifs de l'entreprise, c'est 81% des Product Marketers qui adorent leur travail.
- **Dans quelle équipe se trouve le PMM ?** Pour la communauté Product Marketing, c'est plutôt côté Marketing (44%) que Produit (36%), mais encore une fois, il n'y a pas de bonne ou de mauvaise réponse ! Tout va dépendre des objectifs et où vous souhaitez concentrer vos efforts.
- **Une dernière, mais la meilleure !** One Team, One Dream est la newsletter PMM préférée de la communauté Produit avec 51%. **Un mot : MERCI** ❤️

On vous glisse le lien de l'étude complète juste en dessous, bonne lecture !



📌 Les 5 rituels PMM pour avoir de l'impact

Les rituels sont importants, ils permettent d'aligner les équipes, mais aussi de maintenir la communication entre les différentes parties prenantes. Pourtant, avoir trop de réunions peut vite devenir pesant et contre-productif. On a demandé à la tribe quels étaient selon eux **LES rituels essentiels** à mettre en place, voici leurs réponses.

⚠️ Ces rituels dépendent aussi beaucoup de votre contexte interne et de votre organisation et sont donc à adapter.

1️⃣ Rituels avec l'équipe Produit

Hebdo / Bi-mensuel avec la squad : Rituels importants permettant de s'aligner en amont sur le développement et les avancées/évolutions du produit.

2️⃣ Rituels avec l'équipe Business

Hebdo / Bi-mensuel avec les décideurs business (Marketing, Sales, CS...) : Ces points permettront de faire remonter en continu les besoins business et d'aligner les équipes sur les différentes releases.

3️⃣ Rituels liés à un projet

Kick off, Follow-up et post-mortem : Pour tout début et toute fin de projet, pour rassembler les parties prenantes, définir les responsabilités de chacun et s'améliorer d'un projet à l'autre.

4️⃣ Rituels transverses inter-équipes ou pour l'ensemble de l'entreprise

Monthly / Quarterly Product updates : Destinés à l'ensemble de l'entreprise pour aligner tout le monde sur les nouveautés produit, sur les sujets en cours et sur ceux à venir. Permettent de donner de la visibilité sur les initiatives de l'équipe Produit, attention par contre à adapter le discours à l'audience.

5️⃣ Rituels pour vous PMM

Maintien du contact avec les clients / le marché : Malgré son importance pour tout PMM, il peut être difficile de maintenir un contact récurrent avec les clients, nos PMM ont donc mis en place des rituels pour pallier ce souci. Par exemple une monthly Feedback Loop (avec Sales et Customer Success) ou encore participer en shadow à un RDV client par mois.



Elettra, Senior Product Marketing Manager

🗣️ Envoyé spécial : la data dans le Product Marketing

La semaine dernière s'est tenue une conférence très intéressante dans les bureaux parisiens de Sopra Banking sur le potentiel des données dans le Product Marketing avec 4 speakers :

- [Maya Lawrence](#), Product Marketing Lead, Digital and Open Banking, SBS.
- [Lucie Casamijana](#), Head of Product Marketing and Enablement, Skello.
- [Aditi Trivedi](#), Product Marketing Manager, Revolut.
- [Anastasia Shpiljak](#), Senior Product Marketing Manager at Decathlon Digital and PMA ambassador.

Une table ronde où elles ont où échanger sur les différentes métriques existantes en Produit et comment les intégrer habilement dans le processus du PMM, alors que retenir ? 🤗

Qu'est-ce qu'être un PMM data driven ?

Pour Lucie de Skello, il est important que les PMM aient la main sur leur propre data ! Il est fortement recommandé que toute l'équipe soit formée afin d'être capable d'extraire et d'analyser les données. Si vous avez une équipe data dans votre organisation, il faudra trouver le bon process pour collaborer en bonne intelligence.

Quel est l'impact de la data dans le quotidien du PMM ?

Les données ont un impact sur beaucoup d'aspects du rôle du PMM, de la phase de Discovery (positionnement, pricing) à la phase Go-To-Market. L'équipe PMM de Sopra travaille main dans la main avec les différentes équipes internes de data et market research mais aussi avec des prestataires externes comme Forrester pour pouvoir dé-risquer les différentes hypothèses.

Les PMM et la métrique North Star ?

📌 Qu'est-ce qu'une North Star ? C'est la mesure clé de la réussite de l'équipe Produit d'une entreprise.

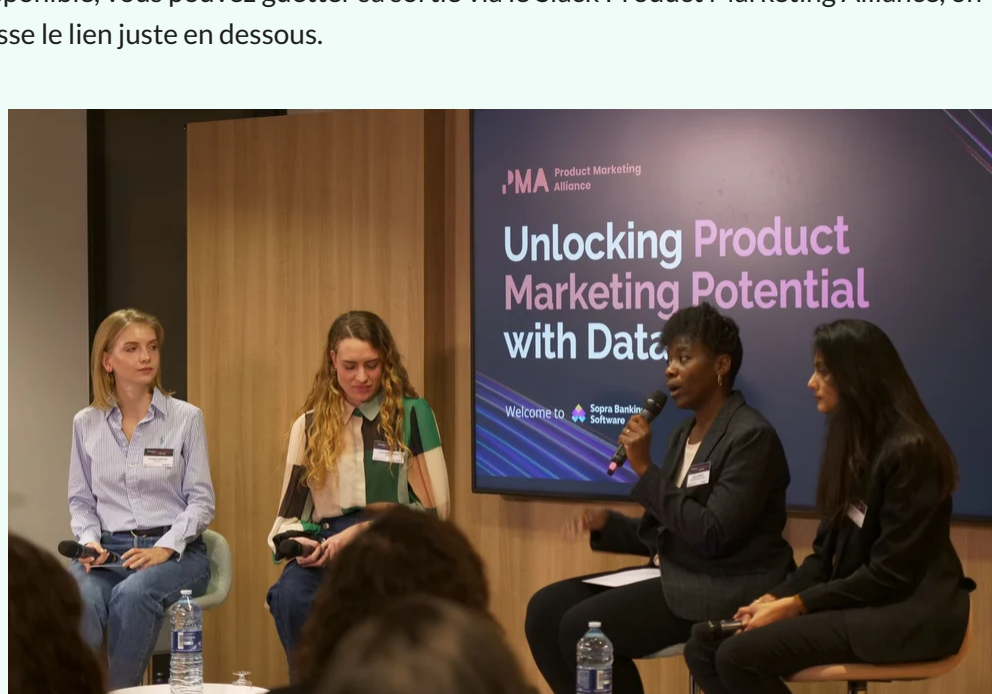
Pour Lucie, c'est difficile pour un PMM d'être responsable d'une North Star très globale, car c'est souvent un sujet transverse à toute l'entreprise. D'ailleurs chez Skello, ils sont organisés en Impact Team ou chaque équipe (composée de profils variés) est responsable d'une North Star (acquisition, conversion, rétention).

Aditi nous explique qu'en B2C, le contexte est différent, l'accès aux données et aux utilisateurs est beaucoup plus simple. Cela lui permet de facilement tester ses hypothèses et d'analyser les résultats rapidement pour itérer. Oui, on est d'accord, les PMM B2C vivent le rêve !

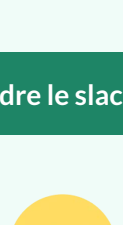
Comment maintenir les assets à jour avec autant de données ?

C'est une tâche, encore une fois, difficile pour tous les PMM ! Les informations coulent en continu et les documents deviennent obsolètes rapidement. Ce qu'on retient de nos expertes, c'est qu'il ne faut modifier les assets (Battle Cards par exemple) que lors de changements majeurs chez le concurrent qui ont un impact sur votre proposition de valeur.

Comme d'habitude, on vous recommande de regarder le replay qui sera bientôt disponible, vous pouvez guetter sa sortie via le Slack Product Marketing Alliance, on vous glisse le lien juste en dessous.



Rejoindre le slack PMA



Marie, Product Marketing Manager

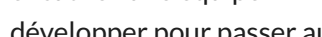
🎧 Culture PMM : vos assets préférés de 2023

On clôture cette dernière newsletter de 2023 avec une compilation des 3 assets que vous avez adoré cette année :

❓ **Les 43 questions d'entretien Product Marketing** : Vous avez préparé le recrutement et arrive l'étape cruciale des entretiens. Pas toujours évident de savoir quelle question poser.

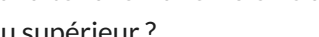
🗣️ **Mettre en place une feedback loop** : 3 assets en un pour ne rien oublier dans votre stratégie de feedback !

📁 **Le parcours de carrière du Product Marketing** : Vous êtes Product Marketer ou vous encadrez une équipe PMM et souhaitez avoir une vision claire des compétences à développer pour passer au niveau supérieur ?



43 questions d'entretien Product Marketing

On vous livre nos 43 questions pour évaluer un candidat, et surtout les éléments qui composent une bonne réponse.



Mettre en place une feedback loop avec la méthode A.C.A.F

- Une checklist des étapes
- Une trame d'interview pour une win/loss analysis
- Un template d'analyse des données



Le parcours de carrière du Product Marketing

Un parcours créé à partir des quatre piliers de compétences de notre framework du Product Marketing : Discover, Shape, Execute, Build.

Préparer votre entretien

Commencer sa Feedback Loop

Découvrir le parcours PMM

Vous êtes encore plus curieux sur le Product Marketing ? Nous avons déjà écrit 18 contenus sur le sujet que vous pouvez retrouver sur le [média de Thiga](#), la plateforme qui regroupe plus de 500 contenus et cumule 25 000 lecteurs mensuels.

Cette édition de **One team, one dream** touche à sa fin.

On vous dit donc à très vite pour l'édition #13 et d'ici là, prenez soin de vous et passez de belles fêtes de fin d'année !

La tribe PMM

