



LEAD  BtoB
Your Manage Service Provider

PROGRAMME OPERATIONNALISER SON MARKETING AUTOMATION



Les attentes consommateurs évoluent et les marques doivent ré-enchanter tous les points de contacts avec leurs utilisateurs : l'expérience doit être optimale !

Le marketing automation répond à ces enjeux, il est désormais pleinement encré dans les stratégies webmarketing.

Attirer l'attention des prospects et accélérer leur intention d'achat, bâtir des programmes relationnels individualisés, développer vos ventes... cette journée de formation vous donnera les clés pour adapter et personnaliser vos actions marketing aux comportements de vos prospects et clients.

OBJECTIFS DE LA FORMATION ET COMPETENCES VISEES

- Adapter sa stratégie de marketing automation suivant ses objectifs business
- Maîtriser les facteurs clés de succès de la mise en place du projet automation
- Attirer et convertir les leads en clients
- Bâtir ses scénarios de campagnes

A l'issue de la formation le participant sera capable de mettre en œuvre les aptitudes et compétences suivantes :

Aptitude d'analyse : le participant sera capable d'adapter sa stratégie de marketing automation suivant ses objectifs business et maîtriser les facteurs clés de succès de la mise en place du projet automation.

Compétence technique : le participant sera capable de concevoir ses scénarios automatisés, de les intégrer, les lancer, les suivre et optimiser ses résultats.



PROFIL DES PARTICIPANTS

Elle s'adresse à des :

Chargés, Responsables et Directeurs en Marketing, Communication, Digital

Chargés et Responsables CRM

Responsables e-marketing

Responsables Email Marketing

Chefs de projet web et marketing digital

Business developer, Responsables commerciaux

PRÉ-REQUIS

Connaissances élémentaires en relation client.

MODALITES

Formation à distance composée d'une partie en FOAD et d'une partie de formations individuelles ou collectives à distance sous la forme d'échanges téléphonique ou de webinars participatifs.

OU

Formation en présentielle intra-entreprise



HORAIRES

Les formations individuelles et collectives seront à programmer avec le formateur du lundi au vendredi entre 9H et 17H.

DURÉE

7 heures (1 journée).

MODALITES D'ACCES

Formation chez le client ou à distance via un outil de partage de connexion. La formation sera effectuée à partir d'une base de démo ou directement dans la base client.

DELAI D'ACCES

Formation réalisable dès le lendemain et jusqu'à 2 mois après signature du devis en fonction des disponibilités.



MÉTHODES ET SUPPORTS PÉDAGOGIQUES ET TECHNIQUES

- Evaluation des besoins et du profil du participant
- Apport théorique et séquences pédagogiques regroupées en différents modules,
- Cas pratiques
- Questionnaire et exercices
- Tests de contrôle de connaissances et validation des acquis à chaque étape
- Retours d'expériences
- Séquences pédagogiques regroupées en différents modules



MODALITES D'ÉVALUATION

- QCM/Quizz
- Grille d'évaluation
- Travaux pratiques
- Tests de contrôle de connaissances et validation des acquis à chaque étape
- Echanges avec le formateur par visioconférence (webinar), téléphone et mail moyens permettant le suivi et l'appréciation des résultats

Suivi de l'exécution :

- Feuilles de présence signées par le stagiaire et le formateur et par session de formation
- Attestation d'assiduité mentionnant les objectifs, la nature et la durée de l'action et les résultats de l'évaluation des acquis de la formation.

Appréciation des résultats :

- Recueil individuel des attentes du stagiaire
- Questionnaire d'auto-évaluation des acquis en début et en fin de formation
- Évaluation continue durant la session
- Remise d'une attestation de fin de formation
- Questionnaire d'évaluation de la satisfaction en fin de formation



COÛT DE LA FORMATION

735,00 € HT la journée ou 367,00 € HT la demi-journée

Accessibilité aux personnes handicapées : formation en ligne

Pour toute information complémentaire contactez notre [réfèrent handicap](#)

N° déclaration d'activité : ce numéro est enregistré auprès du préfet de la région Île de France. Cet enregistrement ne vaut pas agrément de l'État.

Mise à jour : octobre 2023



CONTENU :

⊖ MODULE 1 : Automatiser ses actions marketing :

Qu'est-ce que le marketing automation

Pourquoi le marketeur a-t-il intérêt à utiliser l'automatisation

Adresser le bon message à la bonne personne au bon moment

Lexique de l'automatisation

Exemples de contextes d'utilisation du marketing automation (B2B & B2C)

⊖ MODULE 2 : Une vision unifiée de l'utilisateur :

Les datas, pierre angulaire du marketing automation

Sans connaissance client, l'automatisation n'est rien

Comprendre le customer journey de ses clients, explorer et segmenter les données

Exemple de segmentation clients

Formation 100% distancielle



Plusieurs financements sont possibles



Formation en tété-présentiel



Durée du module : 1 jours



Formation qualifiante



⊖ MODULE 3 : Du lead au client, l'automation au service de la conversion :

Le tunnel de conversion marketing appliqué au B2B

Structurer ses actions marketing & ventes

Construire ses personae : question à se poser, outils à utiliser, matrice de personae

Automatiser sa prospection

Intégrer les leads dans sa bdd

Lead nurturing & scoring : nourrir le lead avec des touchs points automatisés

Règles de scoring : déclencher son action de vente au bon moment

⊖ MODULE 4 : Etudes de cas scénarios de marketing automation :

Les scénarios doivent servir un objectif

Scénarios dynamiques VS statiques

Etudes de cas : scénarios basés sur triggers « comportements sur le site web »

Etudes de cas : scénarios d'onboarding

Etudes de cas : scénarios basés l'activité emailing

Etudes de cas : réactivation d'inactifs

⊖ MODULE 5 : Mettre en place son projet d'automation :

Définir ses besoins et questions clés

Les étapes d'intégration technique

Choisir son outil de marketing automation

Panorama des acteurs marché

POUR EN SAVOIR PLUS

VOTRE CONTACT

Philippe DOREY Responsable de projet

Email : philippe.dorey@leadbtob.biz

stph.dijon@gmail.com

Mobile : +33 (0)7 67 02 32 43

STPH - 60 rue François 1er 75008 Paris

LEADBTOB est une marque de la société STPH

