

Marketing automation et génération de leads

Public : Responsables marketing. Chargés CRM. Commerciaux.

Prérequis : Aucun prérequis nécessaire

Durée : 2 jours (14 heures).

Format modulable : possibilité d'adaptation sur 1 jour (initiation) ou 2 jours (approfondissement)

Objectifs : À l'issue de la formation, le participant sera capable de :

Comprendre les principes du marketing automation

Mettre en place des scénarios automatisés

Générer et qualifier des leads

Améliorer la conversion

Programme :

Comprendre les enjeux du marketing automation

Définir le marketing automation

- Automatisation vs marketing traditionnel
- Enjeux de performance et de productivité

Analyser le parcours client

- Cycle de décision
- Points de contact
- Moments clés

→ *Exercice : cartographie d'un parcours client*

Générer des leads qualifiés

Mettre en place des dispositifs de capture

- Landing pages
- Formulaires
- Lead magnets

Attirer des prospects qualifiés

- Alignement contenu / cible
- Stratégie d'acquisition

Construire des scénarios automatisés

Définir des scénarios de nurturing

- Emails automatisés
- Séquences de relance
- Logique conditionnelle

Segmenter ses audiences

- Segmentation comportementale
- Segmentation par maturité

→ *Atelier : construction d'un scénario automatisé*

Qualifier et prioriser les prospects

Mettre en place un lead scoring

- Définition des critères
- Attribution des scores

Aligner marketing et commercial

- Transmission des leads
- Collaboration avec les équipes commerciales

→ *Exercice : création d'une grille de scoring*

Piloter et optimiser la performance

Définir les KPI du marketing automation

- Taux d'ouverture
- Taux de clic
- Taux de conversion

Analyser les résultats

- Identification des points d'amélioration
- Optimisation des scénarios

→ *Atelier : analyse et amélioration d'un workflow*

Structurer une stratégie d'automatisation

- Choix des outils (CRM, outils d'emailing)
- Organisation des campagnes
- Plan d'action global

→ *Livrable : plan d'automation personnalisé*

Formation disponible en intra-entreprise avec adaptation au contexte et aux outils utilisés

Méthodes pédagogiques :

Études de cas

Création de scénarios

Ateliers pratiques

Outils opérationnels

Modalités d'inscription :

L'inscription est validée par un entretien téléphonique ou physique.

Modalités d'évaluation :

Auto-positionnement initial et final

Exercices pratiques tout au long de la formation. Questionnaire de validation des acquis



Siège social

PARTNER'_MEDIA_ – 11 rue de la Liberté – 77360 VAIRES SUR MARNE

Tél. : 09 51 09 58 49 - Mail : formation@partnermedia.fr

Organisme de formation déclaré à la Préfecture d'Ile de France N° 11921883992