

# Mettre en place une stratégie d'Inbound Marketing

Créer du contenu pour générer des prospects et les transformer en clients



À l'issue de cette formation, vous serez en mesure d'élaborer et de déployer une campagne d'inbound marketing efficace.

## PROGRAMME

### Comprendre les enjeux de l'Inbound Marketing

- Comprendre le concept d'inbound marketing : origines, applications, avantages et limites.
- Les clés d'une stratégie gagnante : permission marketing et marketing d'influence.

### Élaborer une stratégie d'Inbound Marketing

- Déterminer ses objectifs, sa stratégie et ses moyens.
- S'approprier les étapes clés d'une démarche inbound marketing réussie.

### Faire venir les visiteurs à soi

- Identifier le contenu à développer en fonction de

son positionnement et de ses objectifs.

- Optimiser les mots-clés pour les moteurs de recherche : SEO, SEA, SMO.

### Transformer les visiteurs en prospects

- Susciter l'engagement avec des « call-to-action ».
- Cibler ses prospects : retargeting et reciblage comportemental.

### Transformer les prospects en clients

- Mesurer l'impact de chaque action sur le trafic, la prospection et les conversions.
- Adapter ses campagnes Inbound en permanence en fonction des résultats pour maximiser son ROI.

**Option :** classe virtuelle retour sur expérience 3 mois après la formation : 139 €

## MODULES DISTANCIELS

- **E-quiz** en amont/aval de la formation.
- Quel contenu de marque proposer pour se différencier ?
- Comment être visible sur les moteurs de recherche grâce au SEA ?
- Pourquoi faut-il travailler son référencement naturel, le SEO ?

**Retrouvez le programme complet de cette formation sur [ism.fr](http://ism.fr)**

## PERFECTIONNEMENT

Code : INBOUND

🕒 2 jours - 14 heures

💰 Prix HT : 1500 € (repas inclus)

## OBJECTIFS

- Construire une stratégie et choisir les bons leviers pour attirer et convertir les clients.
- Déployer sa stratégie.

## PRÉREQUIS

Connaissance des fondamentaux de la démarche marketing.

## PUBLIC CONCERNÉ

Responsables marketing, chefs de groupe, chefs de produits ou toute personne en charge de la communication de la marque.

## PLANNING

### Paris

28 - 29 janvier 2019  
1er - 2 avril 2019  
8 - 9 juillet 2019  
7 - 8 octobre 2019  
2 - 3 décembre 2019  
30 - 31 janvier 2020