



# LES FONDAMENTAUX DU MARKETING DIGITAL BTOB

Maîtriser et gérer les leviers du e-marketing pour cibler les entreprises

FORMATIONS COURTES

INITIATION

BEST-OF

Ref. : C19B2BEMARK

Durée :  
2 jours - 14 heures

Tarif :  
Salarié - Entreprise : 1420 € HT

Repas inclus

Code  
Dokelio : AF\_0000024492

Internet est un vecteur de croissance important pour les entreprises en BtoB. Les enjeux à relever : utiliser les bons leviers webmarketing et s'organiser pour améliorer ses performances.

## OBJECTIFS

- Comprendre les apports du digital pour cibler les entreprises.
- Connaître les cas de référence et leurs apports pour les marques.
- Choisir les indicateurs et mesurer la performance.

## EVALUATION

Les compétences visées par cette formation font l'objet d'une évaluation.

## POUR QUI ?

Responsables marketing, marketing digital, chargés de communication en BtoB.

## PRÉREQUIS

Aucun.

## COMPÉTENCES ACQUISES

Tirer profit du marketing digital BtoB.

Les compétences visées par cette formation font l'objet d'une évaluation obligatoire sous forme d'un quizz pour valider les acquis de la formation.

## PARCOURS PÉDAGOGIQUE

Communauté d'apprenants  
E-quizz amont  
Présentiel  
E-quizz aval

## PROGRAMME

Pendant  
Les fondamentaux du marketing digital BtoB

### Modules distanciels :

- E-quizz en amont/aval de la formation.
- Pourquoi faut-il travailler son référencement naturel, le SEO ?
- Quelles sont les clés d'un e-mailing efficace ?



Membre de la Fédération  
Les Acteurs de la Compétence

ISM - 18-24 rue Tiphaine - 75015 PARIS  
Tél. : +33 (0)1 42 21 02 02 - e-mail : serviceclient@ism.fr  
Siret 712 010 362 000 28



## S'approprier les enjeux et spécificités du marketing digital BtoB

- Comprendre le comportement d'achat en BtoB.
- Analyser le cycle de vente en BtoB.
- Appréhender la place du digital dans une approche marketing BtoB.
- Atelier : mobilité, médias sociaux, intelligence artificielle... : transposer les dernières tendances marketing digital au BtoB.
- Décrypter les atouts de l'Inbound Marketing et les opportunités BtoB associées.

## Mettre en place une stratégie marketing digital BtoB

- Connaître les différents modèles économiques de marketing digital BtoB.
- Maîtriser le modèle « Paid, Owned, Earned ».
- Déterminer les indicateurs de performance adaptés à ses actions marketing digital BtoB.
- Comprendre son Customer Journey BtoB pour identifier les meilleurs canaux et scénarios de contact.
- Mesures et tableau de bord : suivre la performance de sa stratégie digital BtoB.
- **Atelier : établir son plan d'action stratégique.**

## Content marketing BtoB : assurer sa promotion auprès des entreprises

- Élaborer une stratégie marketing BtoB de contenu en ligne performante : fréquence, canal, type de contenu, personas.
- Adapter son contenu de marque BtoB au canal digital associé.
- SEO, SEA, publicité en ligne... : maximiser la promotion en ligne de ses contenus BtoB.
- **Atelier : élaborer son persona avec chatGPT pour construire la stratégie de contenus.**

## Miser sur le marketing automation et le lead nurturing pour acquérir des nouveaux clients BtoB

- Adresser le prospect en amont du cycle d'achat pour maximiser ses chances de conversion.
- Qualifier ses leads BtoB en fonction de leur maturité pour adapter ses actions.
- Call to action, emailing : doser la sollicitation des prospects BtoB.
- Automatiser des actions webmarketing BtoB pour gagner en performance et pertinence.
- **Atelier : dessiner les scénarios types de son parcours client BtoB en ligne.**

## Fidéliser ses clients BtoB : pratiquer le marketing d'influence et la personnalisation

- Miser sur les réseaux sociaux et la puissance des recommandations en marketing BtoB.
- Faire de ses clients professionnels des ambassadeurs de sa marque BtoB.
- **Atelier : personnaliser sa relation client en BtoB grâce aux leviers digitaux : hyper ciblage, géolocalisation, forum, interactivité...**

## Connecter les principaux leviers du digital BtoB pour optimiser ses actions marketing BtoB

- Coordonner e-CRM, social CRM et relation commerciale.
- Maîtriser les Web Analytics et les outils de gestion de campagne marketing BtoB.
- Social Selling, Employee Advocacy... : mobiliser et engager ses équipes commerciales sur les canaux digitaux en BtoB.
- **Atelier : analyser la performance d'une campagne digitale BtoB.**

## INTERVENANTS

OLIVIER JARFAS  
WOODMOND



Renaud ALQUIER

Consultant et formateur en Marketing Digital - 22 ans d'expérience et plus de 150 clients accompagnés.

Alan CALLOC'H

TURQUOISE ACADEMY

## MODALITÉS PÉDAGOGIQUES

Équipe pédagogique :

Un consultant expert de la thématique et une équipe pédagogique en support du stagiaire pour toute question en lien avec son parcours de formation.

Techniques pédagogiques :

Alternance de théorie, de démonstrations par l'exemple et de mise en pratique grâce à de nombreux exercices individuels ou collectifs. Exercices, études de cas et cas pratiques rythment cette formation.

Pour les sessions en distanciel, notre Direction Innovation a modélisé une **matrice pédagogique** adaptée pour permettre **un apprentissage et un ancrage mémoriel optimisés**. Cette matrice prévoit une alternance de **temps de connexion en groupe** et de **séquences de déconnexion** pour des travaux de mise en pratique individuels.

Ressources pédagogiques :

Un support de formation présentant l'essentiel des points vus durant la formation et proposant des éléments d'approfondissement est téléchargeable sur [votre espace apprenant](#). Retrouvez également des ressources complémentaires ainsi que les quiz amont/aval sur notre [plateforme](#) dédiée.

Accessibilité aux personnes en situation de handicap



## LIEUX ET DATES

À distance

10 et 11 déc. 2024

Paris

13 et 14 juin 2024

19 et 20 sept. 2024