



# LES CLÉS DU MARKETING BTOB

## Maîtriser les outils fondamentaux du marketing BtoB

Le marketing BtoB nécessite des approches spécifiques pour capter et fidéliser une clientèle professionnelle.

Cette formation vous permet de maîtriser les techniques pour développer des stratégies marketing efficaces **adaptées au secteur BtoB**. Durant la formation, vous allez approfondir les **mécanismes d'action marketing BtoB** dans ses différentes dimensions et d'acquérir rapidement l'état d'esprit et les réflexes adaptés.

Pourquoi se former au marketing BtoB ?

- Comprendre les particularités du **comportement d'achat en BtoB** et adapter votre offre en conséquence.
- Développer des stratégies de génération de leads et de nurturing adaptées aux cycles de vente longs et complexes.
- Utiliser des outils et des méthodes pour mesurer et **optimiser la performance** de vos actions marketing BtoB.

Si vous souhaitez une formation plus généraliste, qui soit adaptée au secteur BtoB ET BtoC, découvrez la formation :

["Les clés du marketing"](#)

### FORMATIONS COURTES

#### INITIATION

Ref. : C19CLEMKB2B

Durée :  
2 jours - 14 heures

Tarif :  
Salarié - Entreprise : 1440 € HT

Repas inclus

Code  
Dokelio : AF\_0000024657

### OBJECTIFS

- Intégrer les principes fondamentaux du marketing BtoB.
- S'appropriier l'ensemble des outils du marketing BtoB.
- Développer des réflexes marketing applicables à chaque étape de la démarche BtoB et sur différents marchés.

### EVALUATION

[Les compétences visées par cette formation font l'objet d'une évaluation.](#)

### POUR QUI ?

Tout marketeur évoluant dans un environnement BtoB.

### PRÉREQUIS

Aucun

### COMPÉTENCES ACQUISES

Mettre en œuvre un mix marketing BtoB efficace.

### PROGRAMME

Pendant  
Les clés du marketing BtoB



## Module distanciel :

- E-quiz en amont/aval de la formation.

## Définir sa stratégie marketing BtoB

- Réaliser un diagnostic stratégique : SWOT.
- Comprendre les spécificités du BtoB : complexité, durée, parties prenantes.
- S'adapter à la saturation des marchés même spécifiques.
- Segmenter pour mieux cibler : méthodes et bonnes pratiques.
- Formuler le besoin de ses cibles grâce aux insights client.
- Définir son positionnement dans un environnement BtoB.
- **Atelier pratique** : Construire une stratégie avec la matrice BCG + grille "Insight/Proposition/Preuve".

## Élaborer un mix marketing BtoB performant : les 6P

- **Produit** : formaliser ce qui différencie son produit.
- **Prix** : positionner ses prix selon la valeur perçue (value-based pricing).
- **Promotion** : concevoir et animer une politique de communication 360° omnicanale adaptée au BtoB.
- **Place** : optimiser sa politique de distribution et fluidifier la synergie marketing/vente.
- **Personnel** : intégrer l'expérience client BtoB, marketing relationnel, personnalisation.
- **Partenariat** : personnaliser son offre pour son client à partir d'une expertise rare et prouvée.

## Intégrer son mix marketing dans son plan marketing BtoB

- Choisir une structure pertinente pour son mix marketing.
- Définir des objectifs opérationnels SMART.
- Fixer les KPIs pertinents : critères et outils de contrôle.
- Mesurer ses performances et celles de ses concurrents pour réajuster son mix marketing.

## Générer du trafic, de l'engagement et convertir en BtoB

- Analyser ses points de contact pour définir sa stratégie d'engagement.
- Définir sa proposition de valeur.
- **Atelier** : créer des contenus BtoB engageants.
- Créer des parcours personnalisés (ABM, nurturing).
- Emailing et marketing automation : toucher efficacement vos prospects BtoB.
- Combiner Earned, Owned, Shared, Paid media pour maximiser l'impact.
- Utiliser l'IA pour produire et personnaliser les contenus marketing.
- **Atelier** : s'inspirer des pratiques marketing BtoC.

## Développer la culture client et vente en BtoB

- Prouver et alimenter en permanence sa compétence.
- Mettre en place une gouvernance marketing-vente.
- Cartographier le parcours client BtoB.
- Appréhender le circuit décisionnel dans une perspective com-commerciale.

## INTERVENANTS

Sandra Vendramini

Directrice Marketing & Développement - Formatrice en marketing stratégique, stratégie de différenciation et plan de communication omnicanal.

Philippe THOUËILLE

MARKETING ET DIRECT



## 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**

21 et 22 mai 2025

04 et 05 déc. 2025

**Paris**

22 et 23 sept. 2025