



ALLIANCE MARKETING/VENTES : AMÉLIORER SES PERFORMANCES

Bâtir et entretenir une synergie marketing/ventes efficace

Le SMarketing brise les frontières entre commerciaux et marketeurs. Ces deux départements clés d'une même organisation effectuent trop souvent leurs tâches chacun dans leur coin, sans collaboration régulière, chacun étant cloisonné dans sa vision du business et les actions qu'il doit mener, les résultats qu'il doit obtenir. L'avènement de l'inbound marketing, avec ses techniques moins intrusives, tend à vouloir enfin aligner Ventes et Marketing grâce au SMarketing.

FORMATIONS COURTES

INITIATION

Ref. : C19SMARKETING

Durée :
1 jour - 7 heures

Tarif :
Salarié - Entreprise : 840 €
HT

OBJECTIFS

- Aligner les objectifs marketing/ventes.
- Améliorer la conversion des leads marketing par les commerciaux.
- Structurer la collaboration entre les équipes ventes et marketing.

EVALUATION

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

POUR QUI ?

Responsables marketing, chefs de produits, chefs des ventes, responsables commerciaux.

PRÉREQUIS

Aucun.

COMPÉTENCES ACQUISES

Développer une collaboration Smarketing efficace et optimiser le process de conversion de leads.

PARCOURS PÉDAGOGIQUE

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

PROGRAMME

Alliance marketing/ventes : améliorer ses performances

Modules distanciels

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

Identifier les apports croisés des équipes marketing et commercial

- Appréhender les besoins de chaque département Commercial/Marketing.
- Décrypter les relations marketeurs/commerciaux : besoins et motivations de chacun.
- Identifier les zones de convergence marketing/ventes au service de la stratégie d'entreprise.
- Étude de cas : évolution du parcours d'achat omnicanal et son influence sur la relation commerciale.

Aligner les enjeux marketing et commerciaux

- Traduire les objectifs marketing en objectifs commerciaux : génération de leads, campagnes, argumentaires...
- Traduire le plan d'action commercial (PAC) et le plan marketing.
- Volumes générés, taux de closing : définir des indicateurs de pilotage quantitatifs communs.
- Atelier : utiliser le modèle SMART pour allier les équipes marketing et ventes autour d'objectifs communs.





Optimiser son entonnoir des ventes grâce à des outils communs

- Atelier : trouver les points d'optimisation pour chaque étape de son entonnoir des ventes.
- Déterminer un buyer persona commun en croisant données marketing et retours terrain.
- MQL, SQL : utiliser et coordonner des référentiels communs marketing/ventes de leads.
- Atelier : construire une matrice commune pour évaluer et définir la qualité de ses leads.
- S'appuyer sur le lead scoring pour prioriser les actions marketing/ventes.
- Cocréer du contenu pour améliorer sa pertinence et générer plus de leads.

Entretien une relation marketing/ventes performante

- Atelier : partage de bonnes pratiques de communication et coopération ventes/marketing.
- Informations à échanger, format et fréquence des feedbacks : définir un mode de communication efficace.
- Établir des engagements concrets ventes/marketing : actions à mener, objectifs à atteindre.
- Déployer un outil de CRM commun pour favoriser le partage d'informations uniformes.
- Faire des rendez-vous, visites terrain à deux : un binôme gagnant.
- Atelier : créer un reporting marketing/ventes fonctionnel et l'exploiter.

MOYENS HUMAINS, TECHNIQUES ET 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.

