



BY ABILWAYS

FORMATIONS COURTES

EXPERTISE

Ref. : C19AUTOMK

Durée :
2 jours - 14 heures

Tarif :
Salarié - Entreprise : 1660
€ HT

MARKETING AUTOMATION : AUTOMATISER SES OPÉRATIONS MARKETING

Allier gain de temps, personnalisation et conversion de leads

Face à la diversification de ses missions et leviers, le marketing doit trouver des solutions pour gagner en efficacité et en performance. Le marketing automation semble la solution la plus appropriée pour optimiser automatiquement certaines actions marketing afin de générer plus de leads qualifiés.

OBJECTIFS

- Assimiler les techniques du marketing automation et leurs impacts.
- Identifier les facteurs de succès d'un marketing automation performant.
- Concevoir et gérer des campagnes on line en intégrant le marketing automation.

EVALUATION

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

POUR QUI ?

Responsables et directeurs Marketing, responsables et directeurs commerciaux, toute personne en charge de projets Webmarketing.

PRÉREQUIS

Avoir un bon niveau de pratique marketing.

COMPÉTENCES ACQUISES

Mettre en place des actions marketing automation.

PARCOURS PÉDAGOGIQUE

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

PROGRAMME

Marketing automation : structurer sa démarche

Modules distanciels :

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

Mettre en place ses premières actions marketing automation

- Tour d'horizon des outils et usages en matière de marketing automation.
- Cartographie des acteurs et fonctionnalités des outils de campagnes marketing automation.
- Identifier les tâches de ses campagnes pouvant être automatisées.
- Découvrir les fonctionnalités d'une plateforme marketing automation : landing page, email, scoring...
- Marketing automation et techniques de profiling : qualifier les déclencheurs de ses prospects.
- Atelier : établir des scénarios et workflows associés.

Marketing automation et génération de leads : capter les bons clients

- Multiplier les canaux de diffusion en automatisant des actions marketing : email, newsletter...
- Tracker les comportements client avec sa solution marketing automation pour



Organisme qualifié par l'ISQ-OPQF



Membre de la FFP

ISM - 35, rue du Louvre - 75002 PARIS
Tél. : +33 (0)1 43 72 64 00 - e-mail : serviceclient@ism.fr
Siret 712 010 362 000 28

construire le « Buyer Journey ».

- Personnaliser automatiquement l'expérience client sur son site.
- Formulaire intelligent, test AB, rattachement à des scénarios d'email : automatiser le traitement des opt in pour optimiser ses landing pages.
- Atelier: paramétrer un logiciel marketing automation.
- Atelier: créer une campagne emailing automatisée en fonction du ciblage.

Capitaliser sur le marketing automation pour améliorer son taux de conversion

- Marketing Qualified Leads (MQL) et lead scoring : concentrer ses ressources sur les prospects à hauts potentiels.
- Établir ses critères de scoring et évaluer son modèle de qualification automatisé.
- Intégrer le marketing automation à son CRM pour mieux partager l'information en temps réel entre commerciaux et marketeurs.
- Améliorer son lead nurturing grâce au marketing automation.
- Atelier : faciliter le travail des équipes commerciales grâce au marketing automation.

Évaluer l'impact des actions marketing automation sur ses performances

- Choisir ses KPIs en fonction de ses objectifs : engagement prospects, performance marketing et commerciale.
- Mesurer l'utilisation par ses équipes des outils de marketing automation.
- Valider sa stratégie marketing automation grâce au ROI.
- Atelier : taux de clics, taux de rejet... : mesurer le ROI de ses campagnes avec les outils de marketing automation.

INTERVENANTS

Ludovic Mattern

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.

LIEUX ET DATES

À distance

18 et 19 nov. 2021
12 et 13 avr. 2022
06 et 07 juil. 2022
12 et 13 oct. 2022
11 et 12 janv. 2023

Paris

22 et 23 févr. 2022
22 et 23 juin 2022
20 et 21 sept. 2022
01 et 02 déc. 2022

Nantes

15 et 16 mars 2022

Bordeaux

12 et 13 avr. 2022

Lille



06 et 07 juil. 2022

Strasbourg
12 et 13 oct. 2022



Organisme qualifié par l'ISQ-OPQF



Membre de la FFP

ISM - 35, rue du Louvre - 75002 PARIS
Tél. : +33 (0)1 43 72 64 00 - e-mail : serviceclient@ism.fr
Siret 712 010 362 000 28