



FORMATION

MARKETING AUTOMATION : AUTOMATISER SES OPÉRATIONS MARKETING

DUREE

1 jour

• OBJECTIFS •

S'approprier les concepts du Marketing automation • Connaître les étapes clés d'un projet de Marketing automation

• PUBLIC •

Direction Marketing, Responsable Marketing/Communication, Responsable IT, Chefs de projet Digital/Web

• PREREQUIS •

Connaissance de l'environnement Web

• PROGRAMME •

Introduction

- Qu'est ce que le marketing automation ?
- Fonctionnalités dépassant le cadre de l'email marketing
- Les bénéfices

L'importance de l'alignement Ventes/Marketing

- Enjeux ventes/marketing
- Qu'est ce qu'un lead ?
- Modélisation du cycle d'achat
- Répartition des rôles internes
- Le lead management process

L'automatisation

- Etapes clés dans la mise en place d'un projet de marketing automation
- Campagnes complexes
- Affectation des leads
- Lead Scoring
- Lead Nurturing
- Snippets, RCE, RCA, RCM
- Account Based Marketing (ABM)
- Modèle d'attribution et mesures de performance
- Les pièges à éviter

• OUTILS PEDAGOGIQUES •

- Présentations illustrées
- Discussions – Echanges de bonnes pratiques
- Exercices