

Formation Inbound Marketing

Référence formation : INBM
Durée : 2 jours (14 heures)
Prix conseillé : 1 390 € HT (hors promotion ou remise particulière)

Description

Les techniques marketing traditionnelles sont en perte de vitesse.

8% seulement des affaires ont pour origine les canaux traditionnels (téléprospection, marketing direct, salon...). Il faut donc 54 % de

leads en plus pour atteindre le même chiffre d'affaires.

Comment redonner du sens au marketing en perte de repères ? Comment intéresser à nouveaux ses cibles sans être intrusif ? Comment alimenter ses équipes commerciales avec des leads parfaitement qualifiés ?

La méthodologie Inbound Marketing répond parfaitement aux enjeux de la transformation digitale qui s'imposent aux équipes marketing et commerciale.

Cette formation vous permettra d'appréhender les principales clés pour transformer votre marketing en machine à générer des leads sur les canaux digitaux.

Objectif pédagogique

A l'issue de cette formation, les participants seront en mesure de :

- **Appréhender les enjeux du Inbound,**
- **Repenser leur stratégie marketing centrée client,**
- **Rationaliser les dépenses médias.**

Pré-requis

Pratique régulière des outils de navigation internet, des plateformes sociales et bureautiques.

Public

Responsables Marketing,

Directeurs Marketing,

Toute personne en charge de projet Webmarketing.

Dates des prochaines sessions

 Du lundi 18/12 au mardi 19/12 2017	Paris	1 390 €
 Du jeudi 08/02 au vendredi 09/02 2018	Paris	1 390 €
 Du jeudi 07/06 au vendredi 08/06 2018	Paris	1 390 €
 Du jeudi 18/10 au vendredi 19/10 2018	Paris	1 390 €
 Du jeudi 13/12 au vendredi 14/12 2018	Paris	1 390 €

Plan de cours

Introduction et généralités

Etat des lieux
Les nouveaux comportements des acheteurs
Données clés et indicateurs
Pré-audit de vos stratégies

Une nouvelle réflexion – l'Inbound Marketing

De l'achat de trafic à la génération de trafic
Passage de l'Outbound à l'Inbound
Du contenu pour exister
Qu'est-ce qu'une campagne « inbound Marketing » ?
Inbound marketing B2B et B2C

Objectifs Marketing et stratégie Web

La méthodologie Inbound Marketing
Transformer de simples visiteurs en un lead, des leads en clients, des clients en prescripteurs/
ambassadeurs
Fixer ses objectifs chiffrés

Atelier pratique : définissons vos objectifs chiffrés

Définir ses Personas

Le concept du Persona
A quoi servent-ils ?
Comment les définir ?

Atelier pratique : définissons vos Personas

Optimiser son tunnel de conversion

Le concept du tunnel de conversion
Comment optimiser son tunnel de conversion ?
Qu'est-ce qu'un lead ? Un lead recyclé ? Un MQL ? Un SAL ? Un SQL ?

Le référencement naturel

Pourquoi la visibilité naturelle est-elle primordiale ?
Comment maîtriser les principaux concepts du référencement naturel ?

Atelier pratique : optimisons le SEO de quelques pages sur votre site Web.

Comment créer des contenus remarquables et remarqués ?

Parler le langage des ses Personas
S'organiser

Les différents modes de production des contenus

Comment optimiser son site Web ?

Identifier les pages les plus visitées

Effectuer un audit de performance

Atelier pratique : optimisons 3 pages de votre site Web.

Le blog dans une stratégie d'acquisition de trafic

Le cas spécifique du blog d'entreprise

Comment bloguer ?

Developper sa stratégie médias sociaux

Pourquoi les médias sociaux sont incontournables dans une stratégie Inbound Marketing ?

Quels médias sociaux activer ?

Comment optimiser sa présence sur les médias sociaux ?

Atelier pratique : étudions votre présence sur les médias sociaux

Convertir les visiteurs en acheteurs (CTA et LP)

Le rôle des « call-to-action »

Qu'est-ce qu'une « landing page » ? Comment l'optimiser ?

Le rôle des « thanks you » pages

Lead nurturing

Faire mûrir ses leads

L'email marketing « 2.0 »

Comment déployer les bons workflows ?

Le lead scoring pour qualifier vos prospects

Les nouveaux concepts du scoring

L'attribution de score en fonction des comportements de vos cibles

Le marketing automation

Définition du marketing automation

La mise en musique du nurturing, du scoring et des workflows

Les principales plates-formes du marché

Pourquoi vous devez maîtriser le concept de Smarketing ?

L'organisation entre les équipes marketing et les équipes commerciales loin d'être optimale

Comment mieux faire travailler marketeurs et commerciaux ?

Pourquoi est-ce important ?

Pourquoi et comment enchanter ses clients Web ?

Comment nurturer ses clients ?

Comment utiliser le marketing automation dans un cadre d'upsell et resell ?

Mesurer le ROI de son marketing digital

Les indicateurs à suivre pour attirer

Les indicateurs à suivre pour transformer

Les indicateurs à suivre pour convertir

Les indicateurs à suivre pour conclure

Les indicateurs à suivre pour enchanter

La notion de « closed loop marketing »

Avant et après la formation

Parce ce que la formation est un moment privilégié de sa carrière professionnelle, la pédagogie ne s'arrête pas à un stage de quelques jours.

Ainsi en vous inscrivant à une formation Clever-Institut, vous bénéficiez de l'ouverture d'un compte sur notre site internet vous permettant de :

- **exprimer, en amont du stage, vos attentes quant à cette formation, afin de nous permettre de personnaliser chacune de nos sessions**
- **déjeuner avec le formateur et les autres stagiaires, afin de transformer ce moment en partage et retours d'expérience**
- **évaluer la formation sur son contenu et sa pédagogie, et en partager le contenu avec les futurs stagiaires**
- **échanger avec votre formateur pendant les 15 jours qui suivent votre stage, pour toute question ou interrogation en rapport avec formation**

Comment s'inscrire ?

La demande d'inscription à une session de formation **se fait en ligne**.

Une fois votre inscription enregistrée, vous recevez dans les 48heures la Convention de Formation Professionnelle Continue simplifiée. Dès réception par nos services, de la convention signée, la convocation de stage est envoyée par mail aux stagiaires qui se voient ouvrir un compte sur notre site internet, leur permettant de préparer leur formation (accès, communication de leurs attentes, etc.).

A noter, que l'inscription est considérée comme définitive, à la signature de la convention de stage.

Clever Institut – L'institut de formation continue des professionnels du web
Numéro agrément formation : 91 34 07449 34
37, boulevard des Capucines – 75002 PARIS
E-mail : info@clever-institut.com
