

Marketing

Attirer des prospects et les transformer en clients grâce à l'inbound marketing

Durée : 1 jour

Agenda : Dates sur mesure

Format : Présentiel ou en mixte présentiel / distanciel (full distanciel non recommandé)

Tarif : [Nous contacter](#) pour un devis personnalisé pour une formation sur mesure

Objectifs de la formation

Objectif général

- Appréhender comment le marketing digital permet d'attirer des prospects, de les convertir en leads qualifiés, et d'accompagner les équipes commerciales dans l'amélioration de leur capacité à finaliser l'acte de vente, en utilisant des stratégies adaptées aux enjeux spécifiques de l'entreprise

Objectifs détaillés

- Appréhender les leviers digitaux permettant d'attirer des prospects qualifiés via le référencement naturel, la publicité en ligne et les réseaux sociaux.
- Savoir définir et mettre en œuvre des actions de lead nurturing pour accompagner les prospects tout au long de leur parcours/ cycle de vie et influencer la décision d'achat.
- Apprendre à structurer une stratégie d'inbound marketing en organisant les contenus, les outils et les actions nécessaires à la conversion des prospects en clients

À qui s'adresse la formation ?

Public visé

Entreprises : responsables et opérationnels Marketing / Digital

Niveau

Tous niveaux

Pré requis

Cette formation ne nécessite pas de pré requis

Programme de la formation

Une formation se déroulant sur 1 jour décomposée en 5 modules, avec des exercices pratiques organisés autour de cas concrets.

Module 1 : Introduction à l'Inbound Marketing

- Comprendre ce qu'est l'Inbound Marketing et ses principes fondamentaux.
- Identifier la place de l'Inbound dans une stratégie d'acquisition de clients.

Module 2 : Attirer les prospects avec l'Inbound Marketing

- Découvrir les méthodes et leviers pour attirer des prospects
- Cas pratiques pour comprendre les bonnes pratiques pour attirer les prospects

Module 3 : Convertir des prospects en clients avec l'Inbound Marketing

- Mettre en place des stratégies pour convertir les prospects en clients en utilisant des actions adaptées à chaque étape
- Cas pratiques pour appréhender les méthodes et actions mises en place

Module 4 : Organiser une activité d'Inbound Marketing

- Organiser et planifier une activité d'Inbound Marketing : objectifs, stratégie, équipes et outils

Module 5 : Se doter d'outils pour deployer l'inbound

- Donner un aperçu des solutions de marketing automation existantes, de leurs évolutions et champ d'application

Pédagogie et Adaptation

Méthode pédagogique

Le cours propose un socle théorique, une étude de cas fil rouge et de nombreux exemples. Un support de formation est remis systématiquement aux stagiaires

Adaptation de la formation

La formation peut s'adapter aux besoins de l'entreprise :

- Ajustement de la durée des modules aux besoins des stagiaires
- Personnalisation des supports et des outils proposés (mise à la charte / logo de l'entreprise)
- Conception de cas pratiques basés sur les données transmises par l'entreprise

Informations pratiques

La formation se fera dans nos locaux (Paris 7e) ou dans les locaux de l'entreprise, et/ou en visio

Evaluation des acquis de la formation

La progression des participants est évaluée tout au long de la formation à travers divers dispositifs d'évaluation adaptés (QCM, mises en situation, travaux pratiques, auto-évaluations, ...).

Un certificat de réalisation est remis à l'issue de celle-ci.

Évaluation de la satisfaction

La satisfaction est évaluée en fin de formation.

Financement

Cette formation peut être financée sur le budget formation de votre entreprise

Accessibilité et Handicap

Nos formations sont accessibles aux personnes en situation de handicap.

Pour plus d'informations, consultez notre rubrique [Accessibilité](#) ou contacter notre référent handicap à l'adresse institut-referenthandicap@vertone.com