

Implémenter le marketing automation dans sa stratégie

Programme

Introduction et positionnement initial

1. Qu'est-ce que l'automation marketing

- Définition et champs d'application
- Différences entre CRM et marketing automation
- Pourquoi mettre en place des outils d'automation marketing ?

2. Récolter et traiter la data client

- Les types de données à disposition
- Identifier toutes les sources de données à récolter
- Recenser, consolider et traiter qualitativement les bases de données

3. Créer des scénarios et mesurer leur efficacité

- Le cycle de vie client / prospect
- Le lead scoring : choix des critères, valeur du scoring
- Les outils du marketing automation
- Focus sur l'AB testing
- Focus sur les campagnes d'emailing
- Zoom sur les chatbots
- Quels KPI pour l'automation marketing (coût d'acquisition, rétention, durée de vie client)

4. Atelier : les étapes-clés du marketing automation

- Création des personas
- Quel contenu pour quelle interaction/ connaissance client (lead nurturing)
- Construire les scénarios
- Convertir les prospects (landing page et call-to-action)
- Illustration des best practices

Conclusion et évaluation individuelle

DURÉE

1 jour / 7 heures - 9h00 / 17h45

TARIF

1 140 euros HT

INTERVENANTS

Bertrand LAISNÉ, Fondateur - Continent Digital

DATES

Consultez les dates sur [media-institute.com](https://www.media-institute.com)

DESCRIPTION

Une formation d'une journée pour comprendre les opportunités offertes par l'automation marketing et la valorisation de vos data au service de vos clients et prospects

COMPÉTENCES VISÉES

- Découvrir les applications de l'automation marketing
- Comprendre l'importance de la donnée client dans votre stratégie
- Identifier les sources de données et les pré-requis à leur utilisation
- Choisir les outils technologiques adaptés et élaborer son projet

PRÉ-REQUIS ET PUBLIC

Tous publics

PÉDAGOGIE ET ÉVALUATION DES COMPÉTENCES

Présentation, Atelier, Quiz

sur place ou à distance



Photo par Jiraraj Praditcharoenkul sur Shutterstock