

Marketing automation : automatiser ses workflows

Date et durée
Code formation : MKG010FR Durée : 1 jour Nombre d'heures : 7 heures
Description
<p>Le marketing automation est désormais un levier essentiel pour toute entreprise souhaitant optimiser ses actions marketing. L'automatisation de vos workflows vous apporte efficacité, génère des leads qualifiés et accompagne chaque prospect de façon personnalisée tout au long de son parcours d'achat. Cette courte formation vous transmet la compréhension des outils et des méthodes nécessaires à la mise en place de campagnes automatisées, performantes et mesurables.</p> <p>Conçue pour les professionnels pressés de monter en compétence, elle vous fait évoluer d'une simple connaissance des concepts marketing à la création de workflows complexes et efficaces. Au travers de cas pratiques et d'ateliers, vous manipulez les outils les plus populaires du marché et appliquez les meilleures techniques à vos propres scénarios marketing.</p> <p>À l'issue du parcours, vous créez, mesurez et optimisez en continu vos actions. Cette approche concrète garantit votre capacité à générer des leads qualifiés, à nourrir votre base de contacts et à améliorer la performance de vos campagnes dès le lendemain de la formation.</p>
Objectifs
<p>À l'issue de cette formation en marketing d'automation, vous atteindrez les objectifs de compétences suivants :</p> <ul style="list-style-type: none">• maîtriser les fondamentaux du marketing automation et ses bénéfices concrets ;• sélectionner et configurer les outils de marketing automation les plus adaptés à son contexte ;• concevoir, paramétrier et lancer des campagnes automatisées couvrant l'ensemble du parcours client ;• mettre en place un lead scoring pertinent et orchestrer des programmes de nurturing performants ;• établir un tableau de bord de KPIs, analyser les résultats et formuler des plans d'optimisation continue.
Points forts
<ul style="list-style-type: none">• Une approche pratique et orientée résultats : la formation est conçue pour une application immédiate de vos connaissances et de vos compétences. Grâce à des ateliers et des exercices basés sur des cas concrets, vous sortez de la formation avec les outils nécessaires pour démarrer l'automatisation de vos campagnes dès le lendemain.• Un formateur expert : les cours sont animés par un professionnel expérimenté, expert en marketing digital. Il vous fera bénéficier de son expertise et de ses meilleures pratiques pour optimiser vos actions.• Des supports pédagogiques clairs et opérationnels : vous disposez de supports qui vous permettent non seulement de suivre la formation, mais aussi de vous y référer après. Ces documents sont conçus pour être de véritables guides pratiques dans votre quotidien.

Modalités d'évaluation

Travaux Pratiques

Etude de cas

Pré-requis

Suivre cette formation nécessite le prérequis suivant :

- **Connaissances de base en marketing digital** : avoir une compréhension générale des concepts fondamentaux et des principaux leviers du marketing digital est recommandé pour tirer pleinement parti de la formation.

Public

Cette formation s'adresse à toute personne désireuse d'améliorer son efficacité et de monter en compétence sur la performance marketing, incluant :

- **les responsables marketing et communication** qui cherchent à intégrer l'automatisation dans leur stratégie afin d'optimiser leurs campagnes et de gagner du temps.
- **les chefs de produit** qui veulent comprendre comment les workflows automatisés peuvent soutenir les lancements de produits et le suivi client.
- **les responsables commerciaux** qui souhaitent générer des leads qualifiés, les accompagner de manière personnalisée et automatiser la prise de contact pour fluidifier leur pipeline de vente.
- **les entrepreneurs et les indépendants** qui ont besoin d'outils pour automatiser leurs processus marketing et développer leur activité de manière efficace et mesurable.

Programme

Module 1 : maîtriser les fondamentaux et configurer vos outils

- La compréhension du concept et des avantages du marketing automation.
- Le panorama des outils et plateformes disponibles sur le marché.

Travaux pratiques

- Configurer et utiliser des outils d'automatisation.

Module 2 : créer des workflows et analyser vos performances

- La création de workflows automatisés pour différents scénarios.
- La maîtrise des techniques de génération et de qualification de leads.
- Le lead scoring et les stratégies de nurturing.
- L'analyse des performances et l'optimisation continue (KPI, A/B testing).

Étude de cas

- Analyser des données de performance pour formuler des recommandations et améliorer les actions en continu.