

MARKETING AUTOMATION

Optimiser ses campagnes grâce au data marketing



À distance

Les objectifs de la formation

- Repenser les stratégies marketing à travers une vision data-driven.
- Améliorer la productivité par une gestion efficace des tâches et priorités.

A qui s'adresse cette formation ?

Pour qui ?

- Responsable marketing, responsable marketing digital.
- Chef de projet marketing.

Prérequis

- Aucun.

Durée :

2 jours (14 h)
+ certificat optionnel

Prix inter :

1.480,00 € HT

Forfait intra :

4.035,00 € HT

[Contactez nous](#)

Les points forts de la formation

- Un consultant expert spécialiste du marketing automation et des environnements data-marketing.
- Une formation opérationnelle pour identifier des axes de travail et enrichir ses stratégies marketing.

Programme

1 - Créer les conditions de réussite d'une stratégie de marketing automation

- Définir les concepts clés du data-marketing et du marketing automation (typologies de données, organisation de sa BDD marketing).
- Tirer profit du RPGD et de la bonne gestion des consentements.
- Cartographier le parcours client : travail interne collaboratif et études clients.

2 - Choisir une plateforme de marketing automation

- S'approprier l'environnement Martech.
- Repérer les fonctionnalités d'une plateforme de marketing automation.
- Rédiger le cahier des charges.
- Rassembler les principaux cas d'usage.

3 - Rentrer dans une logique d'inbound marketing et/ou d'ABM

- Différencier les approches inbound marketing et ABM.
- Faire l'inventaire des contenus à disposition.
- Adopter une démarche collaborative pour garantir la pertinence des actions.

4 - Construire ses actions de marketing automation

- Préparer les plans de contact.
- Dessiner les workflows pour des scénarios d'acquisition, de conversion, de fidélisation.
- Établir les descriptifs de scénarios.
- Mesurer la performance et ajuster les scénarios mis en place.