Le 13 novembre 2026
MOD_2022325

Formation Marketing Automation : optimiser vos campagnes marketing pour convertir vos prospects en clients

Durée : 7 heures



Programme de la formation

Public visé

Responsable et directeur Marketing, Webmarketing ou Digital, chargé de projet digital, directeur commercial, E-commerçant.
Plus généralement, tout professionnel souhaitant optimiser des tâches marketing pour améliorer l'engagement client et la conquête de prospects.

Pré-requis

Pas de prérequis nécessaire pour participer à cette formation.
Un questionnaire de positionnement sera proposé aux participants en amont de la formation afin de valider ces prérequis et de mesurer leur maîtrise actuelle de cette thématique de formation.

Objectifs pédagogiques

- Définir sa stratégie de marketing automation
- Mettre en œuvre et automatiser ses campagnes marketing
- Mettre en place des Workflows de Lead Nurturing et de scoring pertinents
- Mesurer le coût d'acquisition d'une automation et évaluer le taux de réussite d'une campagne automatisée pour l'optimiser

A l'issue de cette formation Marketing Automation, vous serez en mesure de gérer vos prospects avec le Marketing Automation et le Lead Nurturing, de qualifier vos bases et de mesurer l'efficacité de vos actions.

Description / Contenu

Maîtriser les enjeux de l'expérience client pour mieux définir votre parcours clients

Définir sa stratégie de Marketing Automation :

- Panorama des outils existants (CRM, CDP...)
- Panorama des pratiques et usages émergents : pourquoi et comment automatiser vos actions marketing (Emailing, fidélisation, sms, appel...)
- Planifier sa stratégie en recensant les tâches marketing à automatiser (Trigger marketing)
- Qualifier sa base de données, ses prospects, ses leads
- Optimiser sa stratégie d'Inbound Marketing, identifier vos cibles, et optimiser votre tunnel de conversion
- Attrition / Churn : Outils et techniques pour pour limiter la perte inopinée de clients

TD : cartographier les différentes tâches marketing

Mettre le marketing automation au service de votre outil de CRM :

- Enjeux et atouts d'un CRM pour votre entreprise : la complémentarité du Marketing Automation
- Structurer l'usages du marketing automation pour alimenter les forces commerciales de l'entreprise

TD : réaliser des scénarios d'automatisation

Qualifier les leads et prospects à travers le Lead Scoring :

- Comprendre les enjeux du data driven marketing
- Collecter et trier votre data
- Tracer les visiteurs de votre site en analysant leur comportement sur la base de votre customer journey
- Définir vos critères de scoring pour vous focaliser su les prospects à potentiel
- Optimiser son lead nurturing

TD : définir vos objectifs en fonction de vos objectifs marketing

Mesurer vos actions de marketing Automation et optimiser leurs efficacités :

- Définir ses objectifs et utiliser les KPI's pertinents (Taux de conversion, engagement, fidélisation, attrition...)
- Evaluer les performances de vos scénarios
- Mettre en place des reportings via des outils de Data Visualisation

Découvrez nos thématiques sur la Formation Marketing de Contenu

- Notre formation Inbound Marketing
- Notre formation emailing
- Notre formation Data Driven Marketing

Compétences acquises à l'issue de la formation

Modalités pédagogiques

- Formation Marketing Digital avec apports théoriques appuyés par des études de cas, mise en situation et explications imagées.
- Des exercices et des simulations avec débriefing

Moyens et supports pédagogiques

Atouts de notre offre de formation marketing digital : Bénéficiez de l'expérience client-agence de notre équipe d'experts formateurs maîtrisant parfaitement les thématiques du webmarketing.

- Moyens pédagogiques : Training (cas pratiques, quiz, mises en situation, analyses de bonnes pratiques...)
- Support : Le formateur vous remettra le support pdf de cette formation à l'issue de la session

- Pour les formations Intra, en option : un bilan de formation pourra être remis au dirigeant ou commanditaire de formation (pour les formation INTRA comprenant plusieurs journées de formation)
- Pour les formations Intra, en option : possibilité de mettre en place un accompagnement post formation sous la forme d'un suivi personnalisé et récurent par le formateur durant les mois suivants la formation
- Pour les formations Intra, en option : Bilan annuel des actions de formation pour les cursus supérieurs à 10 sessions de formation

Modalités d'évaluation et de suivi

- Un questionnaire de positionnement est envoyé aux participants en amont de la formation pour mesurer leur niveau de maîtrise et permettre au formateur d'adapter sa pédagogie
- Signature d'un émargement par les participants et le formateur afin de justifier l'assiduité de chacun (émargement électronique)
- Recueil à l'oral des besoins par le formateur au démarrage de la formation
- Echange en fin de formation entre les participants et le formateurs pour valider que la formation a bien répondue aux attentes des participants et que objectifs pédagogiques ont été atteints
- Un questionnaire d'évaluation est envoyé aux participants pour mesurer l'acquisition des compétences à l'issue de la formation.
- Un formulaire de satisfaction est rempli par les participants à l'issue de la formation pour recueillir leurs satisfactions et mesurer la qualité de la formation assurée.

Informations sur l'accessibilité

Nous pouvons apporter des installations ou prestations spécifiques pour les personnes en situation de handicap.
Nous pouvons adapter notre pédagogie aux différents participants afin, par exemple, de rendre accessible nos sessions aux différentes situations de handicap. Pour cela, précisez-le nous dès nos premiers échanges pour affiner notre démarche et faciliter l'acquisition des compétences par l'ensemble des participants.

Modalité d'admission et délais d'accès

Dates d'entrée en formation :

- En Intra : des dates sont proposées tout au long de l'année sur demande, dans des sessions jusqu'à 8 collaborateurs.
- En Inter : les sessions seront confirmées à partir de 3 participants engagés minimum, la session sera confirmée à J-7. Il est toujours possible de rejoindre une session INTER confirmées jusqu'à 48 heure avant la première session.

Matériel pour participer à une session de formation :

- En présentiel : apportez votre ordinateur portable avec chargeur, une connexion Internet wifi sera requise.
- En distanciel : vous devez disposer d'un ordinateur, d'une connexion Internet haut débit (supportant une séance visio), un casque audio est également recommandé (type kit piéton)

En fonction de la thématique de la formation, prévoyez les accès aux outils et plateformes de votre entreprise nécessaires depuis votre ordinateur (Google Analytics, Admin CMS, Admin Réseaux Sociaux, compte Google Ads....),

Témoignages des Participants

(si formation déjà réalisée dans sa forme et son programme actuel)