

Les fondamentaux de l'inbound marketing

2 jours / 15 heures

14 heures collectives

1 heure de mentorat distanciel

1 300 € HT | Réf. : M08

Acquisition de trafic qualifié, amélioration de sa notoriété : initier une stratégie efficace et optimiser ses conversions

Compétences visées

Créer et optimiser un tunnel de conversion pour attirer, convertir et transformer des prospects en clients.

Objectifs

- ✓ Appréhender les enjeux et leviers de l'Inbound Marketing
- ✓ Élaborer un tunnel de conversion efficace
- ✓ Optimiser le tunnel de conversion
- ✓ Évaluer le tunnel de conversion

Programme

Appréhender les enjeux et leviers de l'Inbound Marketing

- Définir et illustrer les concepts clés de l'inbound marketing
- Schématiser le tunnel de conversion et ses différentes étapes
- Résumer les grands principes du RGPD
- *Exercice en groupe : définir les concepts clés de l'inbound et les transposer à des cas pratiques*

Élaborer un tunnel de conversion efficace

- Créer un parcours client type
- Adopter son brand content à chaque étape du tunnel : des contenus d'appel pour séduire aux contenus de conversion et de transformation pour convaincre
- Formaliser des personas pour affiner le tunnel
- *Jeu pédagogique : choisir, parmi de multiples propositions, les meilleurs contenus pour chaque étape du tunnel, en tenant compte de contraintes réalistes*

Optimiser le tunnel de conversion

- Top of the funnel : optimiser les visites sur son site grâce au référencement naturel
- Middle of the funnel : adopter les bons réflexes pour générer plus de conversions
- Bottom of the funnel : optimiser le taux de transformation grâce au lead nurturing
- Fidélisation : transformer les clients en ambassadeurs
- *Études de cas en sous-groupes : identifier les leviers d'engagement d'une communauté d'après des exemples concrets*

Évaluer le tunnel de conversion

- Schématiser les KPI de l'entonnoir
- Calculer et améliorer son taux de conversion (CRO)
- Utiliser les outils d'Analytics
- *Cas pratique / Mise en situation : analyser un reporting et proposer des pistes d'amélioration*

Public concerné

Cette formation s'adresse à tous les professionnels de la communication et du marketing.

Pré-requis

Une bonne culture digitale et marketing est recommandée pour suivre cette formation.

Profil de l'intervenant

Consultante webmarketing avec plus de 5 ans d'expérience en animation de formation.

LES FONDAMENTAUX DE L'INBOUND MARKETING

Sessions programmées

Consultez notre site pour connaître les dates des sessions programmées en présentiel et en distanciel

Modalités en présentiel

Parcours pédagogique

Questionnaire de positionnement > 2 jours présentiel continus > Quiz de connaissances > Mentorat distanciel (1 heure en tête à tête avec l'intervenant)

Méthode pédagogique

Interrogative + démonstrative + active : jeux pédagogiques et jeux de rôles, étude de cas, démonstration, atelier de co-réflexion, exercice en binôme, mise en pratique, learning by teaching, mentorat

Moyens techniques

- 1 poste par participant (Mac ou PC, selon votre choix) fourni par nos soins
- Poste de l'intervenant relié à un grand écran ou vidéoprojecteur
- Papeterie (Post-Its, feutres...)

Ressources

- Support de cours dématérialisé
- Livres blancs spécialisés et actualisés
- Abonnement de 3 mois à tuto.com
- Abonnement de 6 mois (3 numéros) à étapes :
- Inscription au forum des swashers

Modalités en distanciel

Parcours pédagogique

Questionnaire de positionnement > 2 classes virtuelles discontinues (2 x 1 jour) > Exercices intersessions > Quiz de connaissances > Mentorat distanciel (1 heure en tête à tête avec l'intervenant)

Méthode pédagogique

Interrogative + démonstrative + active : jeux pédagogiques et jeux de rôles, étude de cas, démonstration, atelier de co-réflexion, exercice en binôme, mise en pratique, learning by teaching, travail individuel intersessions, mentorat

Moyens techniques

- Classe virtuelle créée par nos soins
- Chaque apprenant participe à la session avec :
 - son ordinateur, connecté à Internet et équipé d'un micro et d'une caméra
 - Papier, feutres

Évaluation

- Validation des acquis pendant la formation grâce à des mises en situations et la réalisation d'exercices pratiques
- Suivi d'acquisition des objectifs pédagogiques par l'intervenant
- Évaluation à chaud (remplie en fin de formation) et à froid (à 60 jours)