Marketing digital et opérationnel

Les fondamentaux du marketing digital BtoB

2 jours (14h00) | ★★★★½ 4,6/5 | MKT-C19B2BEMARK | Évaluation qualitative de fin de stage | Formation délivrée en présentiel ou distanciel

Tarif : 1 530 € ht

Formations Compétences Métier › Marketing › Marketing digital et opérationnel

Document mis à jour le 13/11/2026

Objectifs de formation

- Comprendre les apports du digital pour cibler les entreprises.
- Connaître les cas de référence et leurs apports pour les marques.
- Choisir les indicateurs et mesurer la performance.

Modalités, méthodes et moyens pédagogiques

Équipe pédagogique :
Un consultant expert de la thématique et une équipe pédagogique en support du stagiaire pour toute question en lien avec son parcours de formation.

Techniques pédagogiques :
Alternance de théorie, de démonstrations par l'exemple et de mise en pratique grâce à de nombreux exercices individuels ou collectifs. Exercices, études de cas et cas pratiques rythment cette formation.

Pour les sessions en distanciel, notre Direction Innovation a modélisé une **matrice pédagogique** adaptée pour permettre **un apprentissage et un ancrage mémoriel optimisés**.
Cette matrice prévoit une alternance de **temps de connexion en groupe** et de **séquences de déconnexion** pour des travaux de mise en pratique individuels.

Ressources pédagogiques :
Un support de formation présentant l'essentiel des points vus durant la formation et proposant des éléments d'approfondissement est téléchargeable sur votre espace apprenant.
Retrouvez également des ressources complémentaires ainsi que les quiz amont/aval sur notre plateforme dédiée.

Prérequis

Aucun.

Public concerné

Responsables marketing, marketing digital, chargés de communication en BtoB.

Cette formation :

- Est animée par un consultant-formateur dont les compétences techniques, professionnelles et pédagogiques ont été validées par des diplômes et/ou testées et approuvées par l'éditeur et/ou par M2I Formation
- Bénéficie d'un suivi de son exécution par une feuille de présence émargée par demi-journée par les stagiaires et le formateur.

Programme

Modules distanciels :

- E-quiz en amont/aval de la formation.

S'approprier les enjeux et spécificités du marketing digital BtoB

- Comprendre le comportement d'achat en BtoB.
- Analyser le cycle de vente en BtoB.
- Appréhender la place du digital dans une approche marketing BtoB.
- Atelier : mobilité, médias sociaux, intelligence artificielle... : transposer les dernières tendances marketing digital au BtoB.
- Décrypter les atouts de l'Inbound Marketing et les opportunités BtoB associées.

Mettre en place une stratégie marketing digital BtoB

- Connaître les différents modèles économiques de marketing digital BtoB.
- Maîtriser le modèle « Paid, Owned, Earned ».
- Déterminer les indicateurs de performance adaptés à ses actions marketing digital BtoB.
- Comprendre son Customer Journey BtoB pour identifier les meilleurs canaux et scénarios de contact.
- Mesures et tableau de bord : suivre la performance de sa stratégie digital BtoB.
- **Atelier : établir son plan d'action stratégique.**

Content marketing BtoB : assurer sa promotion auprès des entreprises

- Élaborer une stratégie marketing BtoB de contenu en ligne performante : fréquence, canal, type de contenu, personas.
- Adapter son contenu de marque BtoB au canal digital associé.
- SEO, SEA, publicité en ligne... : maximiser la promotion en ligne de ses contenus BtoB.
- **Atelier : élaborer son persona avec chatGPT pour construire la stratégie de contenus.**

Miser sur le marketing automation et le lead nuturing pour acquérir des nouveaux clients BtoB

- Adresser le prospect en amont du cycle d'achat pour maximiser ses chances de conversion.
- Qualifier ses leads BtoB en fonction de leur maturité pour adapter ses actions.
- Call to action, emailing : doser la sollicitation des prospects BtoB.
- Automatiser des actions webmarketing BtoB pour gagner en performance et pertinence.
- **Atelier : dessiner les scénarios types de son parcours client BtoB en ligne.**

Fidéliser ses clients BtoB : pratiquer le marketing d'influence et la personnalisation

- Miser sur les réseaux sociaux et la puissance des recommandations en marketing BtoB.
- Faire de ses clients professionnels des ambassadeurs de sa marque BtoB.
- **Atelier : personnaliser sa relation client en BtoB grâce aux leviers digitaux : hyper ciblage, géolocalisation, forum, interactivité…**

Connecter les principaux leviers du digital BtoB pour optimiser ses actions marketing BtoB

- Coordonner e-CRM, social CRM et relation commerciale.
- Maîtriser les Web Analytics et les outils de gestion de campagne marketing BtoB.
- Social Selling, Employee Advocacy… : mobiliser et engager ses équipes commerciales sur les canaux digitaux en BtoB.
- **Atelier : analyser la performance d'une campagne digitale BtoB.**

Le contenu de ce programme peut faire l'objet d'adaptation selon les niveaux, prérequis et besoins des apprenants.

Modalités d’évaluation des acquis

Évaluation des acquis : Quiz avant la formation et après la formation pour mesurer les acquis, la progression. Évaluation à chaud : À la fin de la formation, un bilan qualité dématérialisé pour mesurer l'atteinte des objectifs de la formation. Évaluation à froid : À J+3 mois, une e-évaluation du transfert des acquis en situation professionnelle.

Accessibilité de la formation

pagebreakavoidchecked="true";

Le groupe M2I s'engage pour faciliter l'accessibilité de ses formations. Toutes nos formations sont accessibles aux personnes en situation de handicap : les détails de l'accueil des personnes sont consultables sur la page Accueil Handicap

Modalités et délais d’accès à la formation

pagebreakavoidchecked="true";

Les formations M2I sont disponibles selon les modalités proposées sur la page programme.
Les inscriptions sont possibles jusqu'à 48 heures ouvrées avant le début de la formation.
Dans le cas d'une formation financée par le CPF, ce délai est porté à 12 jours ouvrés.