



Newsletter / emailing

Marketing Automation - Convertissez vos prospects en clients

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

Formations Compétences Métier > Marketing > Newsletter / emailing

Contenu mis à jour le 18/10/2024. Document téléchargé le 03/12/2024.

Objectifs de formation

A l'issue de cette formation, vous serez capable de :

- Démontrer les tenants et aboutissants d'une automatisation de campagne marketing
- Décrire la terminologie propre au domaine de l'automatisation
- Identifier les étapes nécessaires à la bonne mise en oeuvre d'une automatisation
- Prendre conscience des erreurs courantes et bien mesurer la pertinence d'une automatisation
- Définir certains outils d'automatisation et expliquer comment en trouver de nouveaux
- Mesurer le coût d'une automatisation
- Evaluer le taux de réussite d'une campagne automatisée et la corriger
- Décrire les usages des intelligences artificielles dans les différents aspects du marketing automation.

Modalités, méthodes et moyens pédagogiques

Formation délivrée en présentiel ou distanciel* (blended-learning, e-learning, classe virtuelle, présentiel à distance).

Le formateur alterne entre méthode** démonstrative, interrogative et active (via des travaux pratiques et/ou des mises en situation).

Variables suivant les formations, les moyens pédagogiques mis en oeuvre sont :

- Ordinateurs Mac ou PC (sauf pour certains cours de l'offre Management), connexion internet fibre, tableau blanc ou paperboard, vidéoprojecteur ou écran tactile interactif (pour le distanciel)
- Environnements de formation installés sur les postes de travail ou en ligne
- Supports de cours et exercices

En cas de formation intra sur site externe à M2i, le client s'assure et s'engage également à avoir toutes les ressources matérielles pédagogiques nécessaires (équipements informatiques...) au bon déroulement de l'action de formation visée conformément aux prérequis indiqués dans le programme de formation communiqué.

* nous consulter pour la faisabilité en distanciel

** ratio variable selon le cours suivi

Prérequis

Etre à l'aise en informatique, avoir un bon niveau de pratique d'Internet et des plateformes Web en général. Maîtriser l'univers, les pratiques et la terminologie propres au marketing.

Public concerné

Responsables et directeurs marketing, responsables et directeurs commerciaux ou toute personne en charge de projets marketing traditionnel / marketing digital / Webmarketing.

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

Jour 1

Mise en contexte

- Définitions et objectifs des actions marketing
- Les domaines de l'automatisation
- L'ère du temps réel
- Les raisons de l'automatisation
- Les avantages compétitifs
- Le cadre juridique RGPD

L'approche de Growth Hacking

- Définition AARRR (Acquisition, Activation, Rétention, Revenu et Recommandation)
- Approfondissement des 5 étapes
- Automatiser
 - Pour convertir
 - Pour raffiner
- Rencontre des univers UX et CX

Approche méthodologique

- Les erreurs les plus courantes
- Commencer petit
- Identifier les processus
- Prototyper
- Faire du A/B Testing
- Scaler progressivement
- Automatisation progressive et directe

Terminologie et méthode

- Collecte, stockage et flux de données
- Qu'est-ce qu'une API ?
- Profil client et CRM (Customer Relationship Management)
- Autorépondeur et arborescence de réponses

- Buyer journey
- Identification des KPI clés
- Optimiser son lead nurturing
- Taguer des leads à fort potentiel
- Vérifier par la preuve du ROI

Jour 2

Présentation des outils de l'automation

- Tour d'horizon des outils
- Niveau de compétence requis
- Les outils : Low code / No code
- Exemples dans différents types d'actions marketing

Les intelligences artificielles dans l'automation

- Les IA
 - Intégrés aux outils d'automation
 - Génératives intégrées au processus de création de contenu
 - D'analyse des résultats et de conseils
- Les nouvelles plateformes
- Notions de supervision
- Segmentation automatique
- Marketing de variantes
- Lead Scoring
- Real Time Interaction Management (RTIM)

Approches complémentaires

- Recherche et veille
- Innovation

Coûts et rentabilité

- Principes de tarification
- Quand automatiser ?
- Rapport opérations manuelles sur temps de production de l'automate

Exemples de travaux pratiques (à titre indicatif)

- *Atelier appliqué au e-commerce*
- *Création de scénario en fonction des attentes du stagiaire et de la situation de son entreprise*

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

Modalités d'évaluation des acquis

- En cours de formation, par des productions
- Et, en fin de formation, par un questionnaire d'auto-évaluation

Accessibilité de la formation

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 PSH.

Modalités et délais d'accès à la formation

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 11 jours ouvrés.