



ORGANISME DE FORMATION AUX TECHNOLOGIES ET METIERS DE L'INFORMATIQUE

Formation Inbound Marketing : convertir ses prospects en clients

N° ACTIVITÉ : 11 92 18558 92

TÉLÉPHONE : 01 85 77 07 07

E-MAIL : inscription@hubformation.com

Ce stage vous montrera comment convertir les visiteurs de votre site en prospects qualifiés puis en clients. Il vous présentera les nouveaux concepts et processus marketing qui vous permettront de générer plus de trafic sur votre site e-commerce.

Objectifs

- | Maîtriser les leviers de performance du marketing digital
- | Intégrer les réseaux sociaux dans sa stratégie d'inbound marketing
- | Piloter et mesurer les performances de sa stratégie d'inbound marketing
- | Optimiser son marketing sur mobile

Public

- | responsables Marketing
- | directeurs Marketing
- | toute personne en charge de projet Webmarketing

Prérequis

- | Connaissances de base du Webmarketing.

Programme de la formation

Dresser l'état des lieux

- | Données et chiffres-clés.
- | Stratégies marketing sur le Web.

L'Inbound Marketing : un nouveau marketing

- | Nouveaux besoins et comportements des consommateurs.
- | De l'Outbound Marketing à l'Inbound Marketing.
- | Dix points de repère de l'Inbound Marketing.
- | L'importance du contenu.
- | Six étapes d'une stratégie réussie.
- | Inbound Marketing en BtoB et BtoC.
- | Echanges : Identifier l'Inbound Marketing dans son entreprise.

Lier le digital à des objectifs marketing

- | Créer la notoriété. Générer des leads.
- | Convertir les leads en contacts qualifiés puis en clients.
- | Améliorer les performances du service client.
- | Savoir fidéliser.
- | Permission marketing : au coeur de la stratégie.
- | Les clés d'une bonne stratégie.
- | Faire venir les prospects dans l'univers de la marque.
- | Réflexion collective : Atelier de réflexion en binôme : stratégies dans les différentes entreprises.

La recommandation et la stratégie communautaire

- | Ambassadeurs de la marque.
- | Les bons influenceurs. Tribal Marketing.
- | Echanges : Vidéo illustrant la raison d'être du Tribal Marketing.

Référence	INB
Durée	2 jours (14h)
Tarif	1 570 €HT
Repas	repas inclus

SESSIONS PROGRAMMÉES

A DISTANCE (FRA)

- du 12 au 13 juin 2025
- du 18 au 19 septembre 2025
- du 11 au 12 décembre 2025

PARIS

- du 5 au 6 juin 2025
- du 11 au 12 septembre 2025
- du 18 au 19 décembre 2025

[VOIR TOUTES LES DATES](#)

Les leviers de performance

- | Blog : rédiger des articles de qualité.
- | SEM = SEO + SEA + (SMO).
- | Utiliser et mixer les réseaux sociaux.
- | Community Management.
- | Reciblage comportemental.
- | De Facebook au site Web.
- | Gérer sa stratégie cross-canal.
- | Etude de cas : Stratégie communautaire d'un site.

Le client conso'acteur

- | Call to Action : inciter l'internaute au clic.
- | Comportements des nouveaux consommateurs.
- | Evangéliser par l'apport de contenus diffusables.
- | Lead Nurturing et Marketing Automation.
- | Process du marketing d'influence.

M-communication

- | Grands principes. Etat des lieux.
- | Applications à fort bénéfice client : bonnes pratiques.
- | Développer sa stratégie média sur mobile.
- | Démonstration : Applications à fort bénéfice client.

Analyser et mesurer les performances

- | Définir les bons indicateurs. Tableau de bord.
- | Outils de mesure des performances.
- | Exercice : Construire un tableau de bord.

Méthode pédagogique

Pédagogie active favorisant l'implication personnelle et les échanges entre stagiaires.
Etudes de cas, mises en situation suivies d'un débriefing collectif, échanges participatifs, retours d'expériences.

Méthode d'évaluation

Tout au long de la formation, les exercices et mises en situation permettent de valider et contrôler les acquis du stagiaire. En fin de formation, le stagiaire complète un QCM d'auto-évaluation.

Suivre cette formation à distance

Voici les prérequis techniques pour pouvoir suivre le cours à distance :

- | Un ordinateur avec webcam, micro, haut-parleur et un navigateur (de préférence Chrome ou Firefox). Un casque n'est pas nécessaire suivant l'environnement.
- | Une connexion Internet de type ADSL ou supérieure. Attention, une connexion Internet ne permettant pas, par exemple, de recevoir la télévision par Internet, ne sera pas suffisante, cela engendrera des déconnexions intempestives du stagiaire et dérangera toute la classe.
- | Privilégier une connexion filaire plutôt que le Wifi.
- | Avoir accès au poste depuis lequel vous suivrez le cours à distance au moins 2 jours avant la formation pour effectuer les tests de connexion préalables.
- | Votre numéro de téléphone portable (pour l'envoi du mot de passe d'accès aux supports de cours et pour une messagerie instantanée autre que celle intégrée à la classe virtuelle).
- | Selon la formation, une configuration spécifique de votre machine peut être attendue, merci de nous contacter.
- | Pour les formations incluant le passage d'une certification la dernière journée, un voucher vous est fourni pour passer l'examen en ligne.
- | Pour les formations logiciel (Adobe, Microsoft Office...), il est nécessaire d'avoir le logiciel installé sur votre machine, nous ne fournissons pas de licence ou de version test.
- | Horaires identiques au présentiel.

Accessibilité



Les sessions de formation se déroulent sur des sites différents selon les villes ou les dates, merci de nous contacter pour vérifier l'accessibilité aux personnes à mobilité réduite.

Pour tout besoin spécifique (vue, audition...), veuillez nous contacter au 01 85 77 07 07.