

Contact facturation : facturation@cmbenchmark.com - 01 47 79 48 01
Contact formation : formation@cmbenchmark.com - 01 47 79 51 08

Webmarketing B to B

Objectif de la formation

- Maîtriser les différents leviers de trafic et de génération de leads sur internet (SEO / SEA / affiliation / e-mailing, réseaux sociaux...)
- Optimiser son plan webmarketing
- Obtenir les clés pour développer une présence efficace sur Internet dans un contexte B2B
- Développer sa notoriété et ses ventes en B2B

A qui s'adresse cette formation ?

Tout professionnel souhaitant maîtriser les outils et méthodes de marketing vers une cible B2B.
En particulier :

- Chargé, Responsable et Directeur du Marketing, de la Communication ou du Digital
- Chef de projet Marketing ou Digital
- Consultant Marketing ou Digital

Pré-requis :

Aucun pré-requis nécessaire.

Progression pédagogique :

Premier jour

1. Contexte et définitions

- Comprendre le média internet
- Constat et chiffres clés de l'usage du web en B2B

2. Bâtir un plan webmarketing B2B

- Objectifs S.M.A.R.T
- Définir vos personas
- Choisir les canaux, définir le budget et les ressources allouées

3. Le référencement naturel (SEO) en B2B

- Mettre en place une stratégie Inbound Marketing
- Maîtriser le content marketing : sites vs blogs
- Identifier les bons mots clés selon le potentiel de recherche
- Le netlinking : obtenir des liens pertinents
- Les critères techniques à respecter impérativement
- Outils d'audit et de suivi du positionnement

4. Le SEA (lien sponsorisés sur les moteurs de recherche)

- Comment fonctionnent les liens sponsorisés
- Structure son compte de publicité
- Comprendre le vocabulaire des plateformes publicitaires
- Concevoir une annonce publicitaire efficace
- Zoom sur l'Ad Rank, ce critère pour payer moins cher vos clics
- Optimisation des landing pages
- Le retargeting publicitaire

5. Branding et Lead Generation

- Créer des assets marketing impactants (whitepapers, infographies, études...)
- Organiser des webinars
- Les partenariats en co-branding
- Les partenariats éditoriaux
- Les relations publiques sur Internet
- Le vidéo marketing
- Techniques de collectes de leads sur votre site (lead magnets...)

Deuxième jour

6. L'e-mailing

- Le cold e-mailing pour trouver des clients
- La newsletter pour votre actu et votre expertise
- Les campagnes de fidélisation pour garder le contact et vendre plus
- Conseils et bonnes pratiques pour que vos messages soient ouverts, lus et cliqués
- Concevoir un email visuellement accrocheur
- Techniques de rédaction en e-mailing
- Règles en matière de délivrabilité
- Comprendre les KPIs de vos envois
- Zoom sur le Marketing Automation pour automatiser certaines campagnes
- Interactions avec le CRM

7. Réseaux sociaux

- Panorama des réseaux sociaux pertinents en B2B
- Optimiser vos profils réseaux sociaux et votre branding
- Comment automatiser les publications
- Identifier des influenceurs et attirer leur attention
- Monitoring de la réputation et gestion des avis
- Social advertising : faire sa publicité sur les réseaux (FB ads, LinkedIn ads...)
- Astuces, bonnes pratiques et panorama des outils

8. L'affiliation B2B

- Bâtir un programme d'affiliation performant
- Comprendre les aspects techniques de l'affiliation
- Promouvoir son programme aux bons affiliés
- Gérer et développer votre réseau de partenaires
- Analyser les résultats et la rentabilité du programme

9. Web Analytics

- Panorama des outils gratuits et payants

- Réaliser un plan de marquage
- Définir des objectifs de conversion
- Le suivi des campagnes en pratique
- Zoom sur l'analyse comportementale : les KPIs à suivre

La formation sera animée par Guillaume Fleureau

Les moyens pédagogiques

Support de formation

- Pour les formations en **présentiel**, un support de cours sera remis à chacun des participants.
- Pour les formations en **visionconférence**, une synthèse de la formation sera envoyée aux participants qui auront également la possibilité de revoir la session pendant une semaine après la date de la formation.

Locaux - Matériel fourni

- Nos salles sont équipées du matériel de vidéo-projection pour le formateur
- Accès à Internet en wifi dans tous nos locaux
- Pour les formations qui nécessitent des ateliers sur ordinateur, nous disposons de salles équipées d'ordinateurs pour les participants

CCM Benchmark Group conserve l'intégralité des droits d'auteurs relatifs au contenu de ces formations et supports de cours. Toute reproduction, modification ou divulgation à des tiers, sous quelque forme que ce soit, est formellement limitée.

Les moyens d'évaluation mis en oeuvre et suivi

A l'issue de la formation chaque stagiaire complète un **questionnaire d'évaluation**. Une copie peut-être fournie sur demande.

L'**attestation de présence** est envoyée par courrier avec la facture, à l'issue de la formation.

Convention de formation

Dès votre inscription, une convention de formation vous est envoyée. Celle-ci doit nous être retournée signée avant le début de la formation.

CCM Benchmark Group est un organisme de formation professionnelle enregistré sous le numéro **11 75 58575 75** auprès du préfet de région d'Ile-de-France.

Cet enregistrement ne vaut pas agrément de l'Etat.

Durée de la formation

La durée totale de la formation est de **14 heures**.