

		ps9-conseil.com	Formation continue Lyon – Paris Clermont-Fd – Saint-Etienne
---	--	--	--

Formation

Les techniques du webmarketing et B to B

Durée: 2 jours

Objectifs

- o Améliorer la visibilité de son entreprise sur le web
- o Gagner de nouveaux clients professionnels
- o Connaître les techniques de webmarketing B to B pour développer son activité

Destinataires

Professionnels visant une clientèle d'entreprises et pros
Commerciaux, professionnels du marketing, chefs d'entreprises – PME - Artisans – Indépendants

Pre-requis

Avoir une activité ciblant les professionnels ou les entreprises (B to B: Business to Business)
Disposer d'un site web d'entreprise

Programme

Comprendre les spécificités du webmarketing en B to B

- o Le processus d'achat et décision en entreprise
- o Du prospect à l'ambassadeur : le tunnel de conversion du client

Gagner des prospects sur le web – L'acquisition

- o Rendre son entreprise plus visible sur internet
 - Améliorer le référencement de son site web
 - Développer sa visibilité locale
- o Exploiter l'e-mailing d'acquisition
 - Connaître les règles d'une campagne d'e-mailing efficace
 - Rédiger des messages performants
 - Concevoir une landing page optimisée
- o Investir les réseaux sociaux – le social selling
 - Identifier les réseaux sociaux orientés B to B : Twitter, LinkedIn, blogs
 - Trouver et travailler des contacts qualifiés avec LinkedIn

- o Faire de la publicité
- Réaliser des campagnes sur Google adwords et Facebook ads

Communiquer auprès des pros – les contenus en B to B

- o Exploiter des formats adaptés aux entreprises
 - Rédiger un livre blanc : pourquoi, comment
 - Réaliser une infographie : les outils
 - Organiser un webinar : les techniques
- o Utiliser des contenus originaux : 10 formats intéressants pour des pros

Convertir le visiteur en client : l'activation

- o Maîtriser les techniques pour améliorer la conversion d'un visiteur en client
 - Fournir quelque chose de gratuit – Exemples en B to B
 - Exploiter les widgets de collecte d'email
 - Recourir au retargeting
 - Elaborer une séquence d'emails après une inscription
 - Découvrir 10 techniques de growthhacking pour améliorer l'activation
- o Réduire le taux d'abandon de panier en e-commerce

Utiliser le marketing automation

- Comprendre les principes
- Utiliser les outils et logiciels

Fidéliser le client

- o Communiquer après une conversion e-commerce
- o Envoyer une chaine d'email séquencés – le nurture marketing
- o Rédiger une newsletter efficace pour ses clients pros
- Une newsletter pour informer sur son actualité et ses nouveautés
- Une newsletter pour développer les ventes
- Exemples de newsletters performantes
- o Proposer des contenus adaptés à des clients existants
- o Exploiter des techniques pour mobiliser les clients

Transformer un client en ambassadeur

- o Recueillir et exploiter des témoignages clients
- o Identifier et mobiliser les influenceurs
- o Exploiter la recommandation sur les réseaux sociaux

Evaluer ses performances

- o Les indicateurs – Coût d'acquisition client et ROI

o Mesurer la rentabilité de ses actions – les outils

Méthodes pédagogiques

Exposés méthodologiques et exercices

Exemples de cas réels

Travail individuel sur l'adaptation au cas de l'entreprise

Outils fournis : matrices et tableaux