

ACN Editeurs de logiciels

Module 2 n°26516: Marketing opérationnel

Introduction

Cette formation permet aux participants de concevoir un plan d'actions marketing pour atteindre des objectifs de vente sur des offres logiciels et d'applications.

Elle détaille les méthodes de mise en œuvre et les bonnes pratiques d'actions marketing pertinentes pour les éditeurs de logiciels et les fournisseurs d'applications.

Les animateurs de cette formation ont une forte expérience du monde du logiciel.

Moyens pédagogiques

- Un support de cours complet
- De nombreux exemples Editeurs de logiciels pour illustrer les concepts
- Des exercices pratiques corrigés sur les cas des entreprises participant à la formation
- Des animateurs ayant une forte expérience du monde du logiciel
- Salles de cours, vidéo projecteur et paperboard

Objectifs

Cette formation permet aux participants d'obtenir les connaissances nécessaires pour concevoir un plan d'actions marketing à partir d'objectifs de vente. Ils acquerront les compétences pour mettre en œuvre les actions étudiées avec des objectifs quantitatifs et qualitatifs précis et des moyens de mesure et de contrôle.

Publics

Cette formation s'adresse aux personnes ayant une fonction de marketing et communication chez un éditeurs de logiciels.

Prérequis

Néant. Cette formation sera profitable aux personnes ayant une expérience du secteur du logiciel.

Programme de la formation

Positionnement d'une offre logicielle

Marché, segmentation, ciblage
Compréhension des cibles
Positionnement et proposition de valeur

Exercice Pratique : Représentation du positionnement des offres des entreprises participantes

Plan d'actions marketing et commercial

Objectifs et finalités d'un plan d'actions marketing et commercial dans un contexte éditeurs de logiciels

Stratégie de commercialisation d'une offre logicielle

Méthodologie, planification, mesure et budget

Les différents types d'actions et leur finalité

Mise en œuvre des actions marketing

Présence WEB

Objectifs de la présence sur le Web

Site Internet éditeur de logiciels

Objectif du site

Contenu, ergonomie et organisation de votre site Internet

Concevoir un site optimisé pour le référencement

Positionnement Web éditeur de logiciels

Enjeux du référencement

Fonctionnement des moteurs de recherche

Visibilité et audience d'un site Internet

Les différentes requêtes de vos prospects en fonction de l'avancée de leur réflexion

Choix des mots clés et positionnement des mots clés sur le site

Référencement naturel et référencement payant

Marketing de contenu (Inbound marketing)

Objectifs du marketing de contenu pour un éditeur

Types de contenu (article, vidéo, infographie, etc)

De la veille à la création de contenus

Blog d'entreprise et objectifs

Contenu et organisation d'un blog pour un éditeur de logiciels

Outils de mise en œuvre

Stratégie médias sociaux pour éditeurs de logiciels

Panorama des médias sociaux

Comprendre les médias sociaux

Implémenter une stratégie Média Sociaux

Les tactiques de mise en œuvre

Outils de mise en œuvre

Marketing Automation

Définition du Marketing Automation

Lead nurturing

Progressive profiling

Lead scoring

Mise en œuvre du Marketing Automation

Outils de Marketing Automation

Exercice Pratique : Définition de la stratégie de contenu des entreprises participantes

SAS ROUTE TO BUSINESS – Siège social : 574 chemin de Wette Faÿs 69300 Caluire et Cuire

Tel : +33478 72 52 64 - Courriel: contact@route2business.fr - www.route2business.fr

SAS au capital de 20 000€ - Organisme de formation déclaré sous le numéro 82691330669

SIREN : 511209181 – APE : 8559A – TVA Intracommunautaire : FR34511209181

Email marketing

Objectifs de l'Email marketing pour un éditeur
Campagne d'email marketing – méthodologie et objectif
Concevoir un email – Sujet – Accroche – Corps
Outils et méthodes de conception d'un email – Conseils pratiques
Routage : Outils à utiliser, configuration
Livraison
Performance des campagnes emailing

Newsletter

Principes et objectifs pour un éditeur
Contenu
Mise en œuvre

Webinar et autres événements

Principes et objectifs pour un éditeur
Organisation
Outils à utiliser

Exercice Pratique : Elaboration d'une campagne d'email marketing.

Outils d'analyse et de contrôle des actions marketing

Méthodologie d'analyse : de la mesure technique à la mesure de cohérence
Google Analytics : paramétrage et utilisation

Le plan d'actions marketing en pratique

Structure du plan d'actions
Exemple d'un plan d'actions marketing éditeur de logiciels

Exercice Pratique : Mise en forme de votre plan d'actions marketing