



ACN Editeurs de logiciels  
Module 2 - N° 27564  
**Marketing Opérationnel**  
**Pour éditeurs de logiciels**

## 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 en version papier et numérique
- 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 concernés

---

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

## Prérequis

---

Aucun prérequis. 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*

### 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

Délivrabilité

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*