

Inbound Marketing pour éditeurs de logiciels, éditeurs SaaS & ESN

Déployer une stratégie Inbound marketing dans le cadre d'édition de logiciels est une méthode très efficace pour générer des leads marketing qualifiés et améliorer la relation client. En effet, un éditeur de logiciel est la plupart du temps porteur d'expertise métier qui peut être transmise à sa cible via des contenus d'évangélisation et de démonstration d'expertise.

Cette formation pratique est agrémentée par des exercices et contenus suivants :

- Mise en place d'une veille éditoriale (outils et bonnes pratiques)
- Elaboration d'un planning éditorial en fonction des problématiques de votre cible
- Rapport sur les algorithmes de LinkedIn pour le Social Organic
- 10 scénarios de marketing automation pour éditeurs de logiciels

Durée: 7.00 heures (1.00 jours)

Avis clients : En attente de vos avis :)

Profils des stagiaires

- Cette formation s'adresse aux personnes ayant une fonction de marketing et de communication dans une entreprise qui exerce en B2B

Prérequis

- Aucun, cette formation sera profitable aux personnes ayant une expérience du secteur du logiciel

Objectifs pédagogiques

- Évaluer le positionnement, définir et exprimer la proposition de valeur d'une offre logicielle
- Mettre en place une veille éditoriale et concurrentielle
- Concevoir un planning éditorial par rapport à son offre
- Concevoir un planning de communication sur les médias sociaux
- Maîtriser des outils et techniques pour générer une base de données qualifiée
- Élaborer les scénarios automatisés de génération de leads qualifiés
- Faire le benchmark d'outils de marketing automation
- Mesurer et optimiser les résultats des actions marketing

Contenu de la formation

- Expression de la proposition unique de valeur de vos offres :
 - Méthodologie
 - Éléments à prendre en compte pour définir une proposition unique de valeur
 - Expression de la PUV et baseline
 - Exercice pratique : représentation du positionnement des offres des entreprises participantes
- Veille éditoriale et concurrentielle pour éditeurs de logiciels, éditeurs SaaS & ESN

Date de mise à jour du programme : 07/01/2025

ROUTE TO BUSINESS

574 chemin de Wette Fays

69300 Caluire-et-Cuire

Email: anaissoragna@route2business.fr

Tel: +33478725264



- Objectifs d'une veille éditoriale et concurrentielle
- Mise en place d'une veille au sein des sociétés participantes
- Outils de mise en œuvre d'une veille pertinente
- Exercice pratique : prise en main des principaux outils de veille et leur mise en place dans le cadre des sociétés participantes
- Planning éditorial de contenus marketing
 - Construction de vos personas
 - Type de contenus adaptés pour chaque étape de tunnel de conversion
 - Outils de gestion de planning éditorial
 - Construction du planning éditorial d'après les modèles et les exemples
 - Suivi et optimisation permanente du planning
 - Exercice pratique : construction du planning éditorial d'après les modèles et les exemples
- Stratégie médias sociaux dans le cadre Inbound Marketing
 - Panorama des médias sociaux adaptés aux sociétés participantes
 - Implémentation d'une stratégie médias sociaux
 - Suivi des résultats et leur optimisation
- Base de contacts
 - Gestion, organisation et segmentation de la base contacts
 - Outils et moyens d'enrichissement de votre base de données
- Scénarios d'automatisation marketing
 - Enjeux du marketing automation pour un éditeur de logiciels & services numériques
 - Implémentation de Lead nurturing – Progressive profiling – Lead scoring dans votre stratégie
 - Création de formulaires générateurs de leads
 - Scénarios d'acquisition de nouveaux clients
 - Scénarios relation clients : Fidélisation et up selling
 - Mise en oeuvre d'un outil de marketing automation
 - Exercice pratique : création de plusieurs scénarios automatisés dans le cadre des problématiques des sociétés participantes
- Présentation des outils de marketing automation
 - Brevo
 - Plezi
 - Active Campaign
 - Hubspot, etc
- Outils d'analyse et de contrôle des actions marketing
 - Méthodologie d'analyse : de la mesure technique à la mesure de cohérence
 - Nouveau Google Analytics 4 : paramétrage et utilisation de la nouvelle version
 - Exercice pratique : analyse des performances des actions marketing avec Google Analytics 4

Organisation de la formation

Equipe pédagogique

Alesya Yunusova - Formatrice et responsable pédagogique

Consultante, Spécialiste en Marketing Opérationnel des éditeurs de logiciels

Date de mise à jour du programme : 07/01/2025

ROUTE TO BUSINESS

574 chemin de Wette Fays
69300 Caluire-et-Cuire
Email: anaissoragna@route2business.fr
Tel: +33478725264



@ : alesyayunusova@route2business.fr
Tel : 06 78 98 64 16

Anaïs Soragna
Responsable administratif / référent handicap
@ : anaissoragna@route2business.fr
Tel : 04.78.72.52.64

Moyens pédagogiques et techniques

- Formation en ligne sur Google Meet
- Documents supports de formation projetés.
- Exercices pratiques
- Quiz en salle
- Mise à disposition en ligne du support de formation
- Mise à disposition en ligne : - D'un tableau de bord prêt à utiliser pour la création du planning éditorial - D'un rapport sur le fonctionnement des algorithmes LinkedIn - D'un livre blanc sur les scénarios marketing automation pour éditeurs de logiciels

Dispositif de suivi de l'exécution de l'évaluation des résultats de la formation

- Feuilles de présence.
- Questions orales ou écrites (QCM).
- Mises en situation et exercices pratiques
- Formulaires d'évaluation de la formation
- Certificat de réalisation de l'action de formation

Accessibilité

Formation en ligne, une bonne connexion internet est indispensable.

Pour tout besoin spécifique, merci de contacter notre référent handicap :
Anaïs Soragna : anaissoragna@route2business.fr / 0478725264

Delai d'accès à la formation

Les inscriptions sont ouvertes jusqu'à 1 semaine avant le début de la formation.

Date de mise à jour du programme : 07/01/2025