Attirer des prospects ultra-qualifiés avec la méthode inbound marketing et l'IA

Être capable de créer un système inbound marketing sur son site web pour attirer et qualifier des leads de manière automatisée avec l’IA.

Formateur·rice(s) :

- Julian Barrière

Objectifs visés

- Maîtriser la production de contenus avec les bons outils et l’IA
- Acquérir les compétences nécessaires pour créer les ressources d’inbound marketing
- Développer une stratégie d'acquisition marketing
- Comprendre la mise en place d'un tunnel d'acquisition sur un outil avec l’IA
- Associer les actions communication / marketing et commerciales
- Construire une page de capture qui convertit grâce à l’IA

Méthode d'évaluation

- Cas pratique

Déroulé pédagogique

Journée 1

- Apprendre à maîtriser le marketing d’acquisition, les 3 grandes phases, la complémentarité avec la communication et le commercial, le traitement des leads
- Définir l’objectif du tunnel d’acquisition, Apprendre à qualifier ses prospects : méthode en 3 phases, Définir les plans de contenus à créer selon les phases : Découverte, Évaluation, Décision

Journée 2

- Atelier storytelling avec l’entreprise pour trouver des thématiques en marketing et formaliser les problématiques des prospects

- S’aider de l’IA pour trouver les problématiques de ses prospects et réaliser une étude de son secteur de marché sur les sujets qui les intéressent, Classer ces problématiques et renouveler ses recherches à l’aide de prompts spécifiques

Journée 3

- Choix d’un contenu découverte en fonction de la stratégie : guide, calculateur, webinaire, etc
- Création de la ressource à partir de templates, avec de l’IA sur un éditeur de type Canva

Journée 4

- Apprendre à héberger la ressource sur un Drive, ou dans la médiathèque d’un site Wordpress, et générer une URL de partage,
- Création de deux contenus d’évaluation type cas client en suivant le template dans un éditeur de texte, Apprendre à structure sa méthode d’accompagnement en pilier pour générer un cas client efficace avec l’IA, Apprendre à demander un commentaire constructif à son client

Journée 5

- Créer le design graphique des ressources précédentes sur Canva, ou sur un template de page web.
- Intégrer ces cas clients en pdf ou directement sur une page web sur son site internet; et générer des url de partage
- Les prompts pour créer des ressources plus efficacement avec l’IA

Journée 6

- Créer le déroulé détaillé du système avant implémentation dans un outil de marketin automation
- Écriture des templates de mails pour présenter les ressources dans le déroulé.
- Apprendre à choisir le meilleur outil de marketing automation pour qualifier ses prospects

Journée 7

- Création d’un formulaire de capture et l’intégrer en html sur un site web de type Wordpress, en responsive, création des champs et attributs
- Vérification du domaine et authentification DKIM de l’adresse mail pour augmenter la délivrabilité d'une séquence mail
- Création d’une page de capture qui convertit avec l’IA dans l’éditeur du site web : structure d’une bonne page de capture, copywriting

Journée 8

- Intégration des templates de mails dans l’outil
- Créer une séquence mail contenant les url de ressources à partir du déroulé du plan global, à partir d'un déclencheur type inscription à un formulaire
- Activation de l’automatisation du tunnel d'acquisition
- Apprendre à suivre les bons KPI, Analyser les statistiques d’acquisition de leads, de taux d’ouvertures et de clics

Journée 9

- Apprendre à renforcer le niveau de qualification avec le lead scoring et l'attribution de points
- Installer un trackeur sur un site web dans le header
- Évolution et évaluation d’un tunnel d’acquisition

Journée 10

- Articuler son tunnel d’acquisition avec la communication de son entreprise, intégrer la promotion du tunnel dans un plan de communication
- Les bonnes pratiques de partage de lien url sur les réseaux sociaux : profils, pages, messages privés, posts, commentaires : do’s and don’ts

Journée 11

- Apprendre à suivre les bons kpis pour suivre les clics sur les liens, UTM, raccourcisseurs de liens, QR codes sur Google Analytics
- Automatiser la prise de RDV avec des commerciaux en fin de tunnel : comment préparer un RDV découverte avec un outil de marketing automation

Journée 12

- Créer 10 posts LinkedIn pour lancer le tunnel d'acquisition, rechercher des sujets avec l'IA, les prompts pour écrire rapidement avec les bonnes pratiques de storytelling..
- Atelier pour prendre des photos au smartphone sur les chantiers, cadrage, format, ajouter une photo à un post LinkedIn, taguer des personnes.

Journée 13

- Assemblage de 10 posts pour un profil Linkedin : texte + photos

- Programmation de 10 posts sur un profil ou une page LinkedIn avec différents outils IA

Journée 14

- Atelier créer un montage avec un éditeur de vidéo sur smartphone IA : les bases, coment structurer une vidéo courte verticale
- Atelier montage vidéo sur smartohone : enregistrer une vidéo courte sur son smartphone, ajouter des sous-titres, programmer une vidéo sur LinkedIn au bon format avec avec les bons outils

Informations complémentaires

Durée : 106 heures de formation sur 14 jours

Pré-requis :

- Bonne maîtrise de l'outil informatique et des usages professionnels du web
- dd
- Connaissances de base en marketing ou prospection commerciale

Public concerné : Dirigeants de TPE/PME, indépendants, responsables marketing ou commerciaux