

MODÉLISER SES PARCOURS D'ACHATS/CLIENTS POUR CONSTRUIRE SA STRATÉGIE MARKETING BTOB

Inscription par mail et réponse sous 72h (jours ouvrés). La formation est également organisable sur-mesure. Pour toute situation de handicap, nous contacter pour envisager la faisabilité.

Réservation, contact et informations : formation@leclubdesannonceurs.com // Catherine Saint Loubert – T : 06 60 37 15 62

Introduction

Présentation des stagiaires, recueil des attentes et quiz d'évaluation pour connaître le niveau de maturité marketing des participants

Module 1 – Parcours d'achats/clients : quels enjeux ?

- 1.1 Parcours d'achat et parcours client BtoB – complexité et enjeux
- 1.2 Pourquoi intégrer les parcours d'achats/clients dans sa stratégie BtoB?
- 1.3 Développer son 'Intelligence Client' – une démarche structurante pour l'entreprise

Module 2 – Définir des personae qualitatifs

- 2.1 Les personae – pourquoi est-ce (encore) essentiel en 2024?
- 2.2 Créer ses personae par secteurs/marchés, zones géographiques, priorités
- 2.3 Les 6 points fondamentaux d'un persona
- 2.4 Atelier évaluation des acquis : construire/compléter ses persona(e)

Module 3 – Identifier les étapes de son parcours d'achat/client

- 3.1 Parcours d'achat/parcours client : rappel des enjeux
- 3.2 Cartographier le parcours d'achat/parcours client BtoB
- 3.3 Définir chaque étape de son parcours
- 3.4 Atelier évaluation des acquis : Définir les étapes de son parcours d'achat/client

Module 4 – Analyser les points de contacts

- 4.1 Relever les réponses existantes à chaque étape du parcours
- 4.2 Classer les réponses satisfaisantes/insatisfaisantes/manquantes
- 4.3 Identifier les Moments de Vérité dans le parcours
- 4.4 Atelier évaluation des acquis : Identifier les Moments de Vérité dans son parcours d'achat/client

Module 5 – Construire sa stratégie marketing customer centric

- 5.1 Répondre aux Moments de Vérité – Rappel des enjeux
- 5.2 Prioriser et choisir 'son' Moment de Vérité
- 5.2 Les 8 étapes pour construire sa réponse à un Moment de Vérité
- 5.3 Atelier évaluation des acquis : Développer sa réponse à un Moment de Vérité sous forme de projet

Module 6 – Pitcher son projet

- 6.1 Préparer la présentation de son projet
- 6.2 Pitcher son projet et voter pour un projet gagnant

Conclusion

Évaluation individuelle des acquis, quiz de validation de l'atteinte des objectifs de la formation

Participants

Formation individuelle ou collective en intra-entreprise

Tarifs :

Adhérents : dès 5000 € HT/jour pour 5 participants maximum (+ 250 € HT par personne supplémentaire).

Non-membres : dès 5400 € HT/jour pour 5 participants maximum (+ 280 € HT par personne supplémentaire).

Un devis sera établi sur demande

Durée

2 jours en intra entreprise ou classe virtuelle

Lieu

Chez le bénéficiaire ou à la charge du bénéficiaire

Moyens mobilisés

Présentation et support de formation projeté avec audio. Ordinateur individuel et connexion wifi.

Objectifs

- Intégrer les enjeux de parcours d'achats/clients dans vos stratégies marketing BtoB
- A l'issue de la formation le stagiaire sera capable de construire une stratégie marketing BtoB efficace et impactante

- Comprendre les besoins de vos clients à chaque étape de leurs parcours et développer votre 'Intelligence Client'

- Appréhender les différentes étapes du parcours d'achat/client

- Identifier les Moments de Vérité et y répondre

- Recueillir la méthode pour construire sa stratégie Marketing BtoB

Public visé

La formation s'adresse à des équipes en France et à l'international

- Dirigeant,
- Directeur/Responsable Marketing
- Equipes Marketing,
- Manager,
- Commercial,
- Aucun prérequis nécessaires

Méthode

La formation privilégie l'interactivité : théorie et pratique sont alternées. La réflexion et l'échange sont privilégiés avec des mises en pratique, à partir de cas vécus par les participants, d'ateliers, de quiz, de méthodologies illustrées d'exemple puis d'applications en situation

Évaluation individuelle, en fin de formation pour valider les acquis



Intervenante

Tamara Grunebaum
Conseil en marketing BtoB et formatrice

Plus de 20 ans d'expérience en tant que Directrice Conseil et Directrice Développement en agence(s) de communication et marketing. Mise en place de stratégies, process et méthodologies en Modern Marketing pour accompagner la transformation de grands groupes et PME à l'international.