

B2B MARKETING


1 jour

PENSEZ À VOS CLIENTS ET REPENSEZ VOTRE MARKETING B2B POUR GAGNER EN PERFORMANCE

PROGRAMME DE LA FORMATION

ÉMOTION ET POST-RATIONALISATION (MARQUE ET PUBLICITÉ)

- › Les émotions dans l'achat B2B
 - › La marque comme assurance
 - › De l'argumentaire de vente à la publicité inspirante
- Tour de table sur les propres expériences de marques B2B des stagiaires (En tant que clients de ces marques)
- Réflexion en groupe sur les enjeux du marketing B2B
- Quelles émotions utiliser pour promouvoir votre marque ?

L'ACQUISITION

- › Les personae
 - › La méthode Acquisition Strategy Design
- Atelier en 4 étapes :
- Canevas
 - Parcours d'achat
 - Matrice d'acquisition
 - Plan d'acquisition
 - › Zoom sur l'Inbound Marketing
 - › Zoom sur l'Account Based Marketing (ABM)
 - › Zoom sur le Social Selling
 - › Les stratégies narratives
- Recommandation de lecture : "Seven Stories Every Salesperson Must Tell" de Mika Adam

L'EXPÉRIENCE CLIENT

- › La méthode Customer eXperience ReDesign
- Rebond sur les exemples cités par les stagiaires en introduction
- Atelier en 4 étapes :
- Canevas
 - Parcours client
 - Matrice d'enchantement
 - Plan d'expérience client

LE DÉFI DE L'OMNICALITÉ ET LES NOUVELLES STRATÉGIES DE DIFFUSION

- › Vision du client
- Se mettre à la place du client et déceler les incohérences de sa propre marque
- › Vision de l'entreprise
- Brainstorming et partage d'expériences sur les défis de l'omnicanalité B2B

OBJECTIFS

Utiliser les leviers émotionnels et relationnels du marketing B2B.
 Construire son plan d'acquisition B2B par une meilleure compréhension de ses clients et leurs parcours.
 Designer son expérience client.
 Capitaliser sur l'omnicanalité.
 Intégrer les nouvelles technologies et l'intelligence artificielle pour gagner en efficacité.

LES PLUS DE CETTE FORMATION

Un marketing BtoB enfin aussi inspirant que le marketing BtoC
 De nombreux exemples, des mises en situation et des canevas à exploiter
 L'intelligence collective au service de l'efficacité : casser les silos entre commerce, marketing, communication et services et vraiment collaborer

PUBLIC ET PRÉREQUIS

Directeurs et responsables marketing, marketing-communication, digital, marketing client / relationnel, expérience client, promotion des ventes, chef de marque / produit / marché, chef de projet digital, managers commerciaux.
 Il est nécessaire de disposer d'une connaissance ou d'une expérience des fondamentaux du marketing

MOYENS PÉDAGOGIQUES, TECHNIQUES, ENCADREMENT

Un questionnaire sur les attentes des participants est adressé 15 jours avant le début de la formation. Les méthodes pédagogiques incluent des apports théoriques et pratiques, un travail sur des cas concrets et des exemples d'application. Un support pédagogique est remis à chaque participant, et un accès personnel en ligne permet d'accéder à des e-ressources à l'issue de la formation. Nos consultants sont sélectionnés pour leur expertise métier, leurs compétences pédagogiques et leurs expériences professionnelles.

SUIVI ET ÉVALUATION

Feuille d'émargement et attestation de fin de formation
 Évaluation à chaud et à froid

TARIFS

930 € HT - Réf : MPC-BTBM

Validité : 30 juin 2024

PROCHAINES SESSIONS

Formation à distance :
le 17 juin 2024

Paris Montparnasse :
le 14 octobre 2024

