

WEBMARKETING | GROWTH HACKING & MARKETING AUTOMATION

UTILISER LINKEDIN, GOOGLE ET LE WEB POUR BOOSTER SON DEVELOPPEMENT COMMERCIAL :

GOOGLE :

- « Scrapez » des données et générez des listings d'emails B2B pertinents pour créer des campagnes de Cold-Mailing et générez des leads qualifiés

LINKEDIN :

- « Scrapez » les données et utilisez et outils de Marketing Automation pour développer votre réseau et générez des opportunités commerciales (leads)

WEB SCRAPING (Découverte) :

- Récupérez les données d'une page web, d'un annuaire en ligne et autres informations sur le web

DÉROULÉ PÉDAGOGIQUE

2022-2023



FORMATION WEBMARKETING – GROWTH HACKING & MARKETING AUTOMATION

Durée 2 journées (14h00 au total)

Lieu PRÉSENTIEL OU DISTANCIEL

Public visé Cette formation s'adresse à toute personne désirant développer son activité par l'utilisation des réseaux sociaux. Elle s'adresse aux personnes en activité ou en recherche d'emploi : Créateur d'entreprise, artisan, commerçant, association, salarié, dirigeant, indépendant, micro-entrepreneur...

Objectifs

	Objectif global : Découverte de l'extraction et de l'exploitation des données du réseau social LinkedIn et du moteur de recherche Google pour accélérer son développement commercial Il s'agit de découvrir le processus consistant à combiner des stratégies de marketing, de produits et de données. Utiliser une expérimentation rapide sur différents canaux de marketing pour identifier les moyens les plus efficaces de générer une croissance commerciale accélérée et cumulative (Inbound Marketing). Tester des techniques non conventionnelles et découvrir des méthodes évolutives et reproductibles pour développer la base d'utilisateurs avec un minimum de dépenses.			
Objectifs spécifiques	Découvrir le Growth Hacking	Découvrir le marketing automation	Mettre en place un Message Sales Machine simplifié sur LinkedIn	Découvrir les clefs pour concevoir une campagne de Cold-Mailing avec scénario automatisé
Résultats attendus au terme de la formation	<ul style="list-style-type: none">- Savoir concevoir une campagne de prospection en utilisant les outils de Marketing automation- Connaître les sources d'outils de Marketing Automation afin de pouvoir se les approprier pour mener une prospection efficace ciblée sur les différents segments de clientèle (B2B/B2C)			

Moyens pédagogiques et techniques

Supports physiques ou digitaux

Prérequis

Aucun.



Contenu

1^{ère} journée – Matin

OBJECTIF

Comprendre le système de requête de Google
Connaître les extensions d'extraction de données

COMPÉENCE VISÉE :

Maîtriser le traitement de requête sur Google
Maîtriser l'extension permettant d'effectuer l'extraction de données en nombre

DÉROULEMENT DE LA SÉQUENCE

1 - Growth Hacking - 2h30

- Présentation et explication du terme, pourquoi, comment

2 - Utiliser Google à son profit : - 1h

- Les bonnes requêtes pour trouver des e-mails B2B pertinents pour sa prospection
- « Scraper » les données et générer un listing exploitable en quelques minutes
- Découverte d'un outil de cold-mailing générateur des leads pour booster votre business

1^{ère} journée – Après-midi

OBJECTIF

Comprendre le système de traitement de l'information sur LinkedIn
Comprendre Sales Navigator et l'outil d'extraction de données associé

COMPÉENCE VISÉE :

Maîtriser le traitement de requête sur LinkedIn
Maîtriser la création d'un Sales Machine simplifié sur LinkedIn

DÉROULEMENT DE LA SÉQUENCE

3 - Growth Hacking sur LinkedIn - 1h

- Découverte des outils de sélection de données pertinentes avec Sales Navigator pour générer une base de données de prospection ciblée.
- Découverte d'un outil d'extraction des données (« phantom »)

4 - Initiation au Marketing automation - 1h

- Découverte des outils d'automatisation des tâches afin de générer des leads

5 - Travaux pratiques - 1h

- Extraire les coordonnées de cibles B2B à partir de LinkedIn
- Travail sur le champ sémantique de son activité pour créer des messages pertinents
- Mettre en place un Message Sales Machine simplifié pour générer des leads qualifiés sur LinkedIn

6 - Web Scraping - 30'

- Découverte d'un automate programmable pour l'extraction de données dans un annuaire en ligne, une page web...

7- Conclusion et Présentation du contenu de la journée suivante



2^{ème} journée – matin

OBJECTIF

Comprendre l'intérêt du Cold-Mailing pour générer de nouveaux clients

COMPÉTENCE VISÉE :

Maîtriser la base du Cold-Mailing pour mettre en place des campagnes de prospection

DÉROULEMENT DE LA SÉQUENCE

7 - Création d'un scénario de cold-mailing par mail ou sur LinkedIn

Découverte des techniques de conception d'argumentaire commercial

Conception de messages impactants pour l'ensemble de votre communication (réseaux sociaux, campagne de cold-mailing, de newsletters et tous types de supports de communication)

- Définition de son champs sémantique - 30'
- Création d'un argumentaire avec la technique B.A.C. ou P.A.S.T.O.R - 2h30
- Les contenus qui marchent - 15'
- Trouver du contenu intéressant - 15'

2^{ème} journée – Après-midi

8 - Atelier pratique : - 3h10

- Formalisation et adaptation aux supports cibles

9 – Conclusion & Test d'évaluation des acquis - 20'