



Bloc de compétence :

Maîtriser la prospection numérique

Module : 2

Implémenter le Hub Marketing Hubspot

Une formation à la stratégie numérique pour transformer ses processus de
génération de leads

by TSM The Sales Machine



Document actualisé le 18/01/2023



Description générale

Public : Directeur commercial, directeur marketing, manager des ventes, business developer, marketer.

Prérequis : Hub Marketing Hubspot

Durée : Le processus d'onboarding dure généralement 60 jours en fonction du niveau de la version déployée.

Objectifs : Déployez une stratégie d'acquisition et des campagnes de génération de leads utilisant les meilleurs leviers de prospection numérique.

Programme

Module #2 - Onboarding du Hub Marketing Hubspot

Profitez d'un accompagnement technique et stratégique pour configurer et utiliser le Hub Marketing dans le but d'augmenter votre trafic, de convertir des leads et de concrétiser vos objectifs marketing.

Cet onboarding du Hub Marketing est destiné aux nouveaux clients qui utilisent le logiciel pour la première fois. Cette formation permet de mettre en place les meilleures pratiques en termes de migration des données, d'automatisation, de personnalisation, de nurturing ... etc..

1 - Préparer et assurer la réussite de l'implémentation d'un Hub Marketing

Pour assurer la réussite de votre stratégie inbound marketing, il vous faut d'abord comprendre les fondamentaux de HubSpot, acquérir certaines compétences de base et comprendre comment ces outils interagissent entre eux.

2 - Configuration du compte et configuration technique

En plus d'aborder ces fondamentaux, l'équipe TSM The Sales Machine vous formera dans des tâches de configuration, comme :

- Invitez les membres de votre équipe.



- Connecter vos sous-domaines et configurer les paramètres.
- Installer le code de suivi de HubSpot et filtrer le trafic interne.
- Configurer votre domaine d'envoi d'e-mails et la section relative au RGPD.
- Importer vos contacts, entreprises, transactions, tickets et notes.
- Importer vos listes de désinscription des communications marketing.
- Configurer les types d'e-mails.
- Connecter vos comptes de réseaux sociaux.
- Évaluer les besoins d'intégrations.

3. Attirer et convertir des leads

Vous serez en mesure de répondre aux questions suivantes : Comment obtenir des leads sur votre site web ? Quels types de formulaires mettre en place ? Quels types d'informations collecter ? Comment diffuser des publicités sur Facebook, Google ou LinkedIn ? Quelles stratégies publicitaires adopter ? Quels sont les facteurs importants pour qualifier vos leads ? Comment définir un lead qualifié par le marketing ; et une opportunité ?

Vous apprendrez à configurer les éléments comme :

- Créer des personas pour comprendre les différentes audiences constituant votre base de clients.
- Créer des formulaires classiques et contextuels pour obtenir des résultats rapides.
- Créer des propriétés personnalisées pour qualifier les leads qui soumettent vos formulaires.
- Configurer le score des leads.
- Définir les phases du cycle de vie en fonction de votre processus de qualification.

4. Interagir avec les leads et les faire parvenir à maturation

Vous apprendrez : Comment attribuer les leads. Comment aligner marketing et vente et accroître la réactivité avec laquelle vous attribuez les leads. A automatiser certains e-mails. A appliquer des processus de nurturing. A envoyer des e-mails et newsletter. A segmenter vos contacts.

Vous apprendrez à configurer les éléments comme :

- Définir un processus de lead nurturing à l'aide des outils actuellement utilisés.



- Définir les phases du cycle de vie et associer vos activités de lead nurturing à ces phases.
- Créer une première série d'e-mails pour les nouveaux leads.

3. Automatiser et personnaliser les activités marketing

Vous apprendrez : À automatiser certains e-mails. A appliquer des processus automatisés. A gérer vos projets et vos campagnes marketing en cours. A prévoir quelles campagnes vous lancerez prochainement. A segmenter vos contacts ? A automatiser les activités de génération de leads. A segmenter vos prospects pour leur adresser différentes informations.

Vous apprendrez à configurer les éléments comme :

- Identifier des tâches manuelles susceptibles d'être automatisées dans HubSpot. Développer des workflows, des listes ou du contenu intelligent pour gagner du temps grâce à l'automatisation.
- Mettre à profit le contenu intelligent pour fournir une valeur ajoutée supplémentaire à votre audience cible.
- Connecter les outils publicitaires et de réseaux sociaux, et automatiser les tâches.
- Utiliser les propriétés personnalisées pour établir des listes, et ainsi découvrir comment créer des e-mails marketing intégrant du contenu intelligent et développer des workflows ciblés sur la base de ces listes.
- Mettre en place vos outils de reporting pour avoir une vision 360° du client

Organisation de la formation

Délais d'accès : 15 jours ouvrés avant le début de la formation (durée estimée entre la demande du bénéficiaire et le début de la prestation)

Nombre maximum de stagiaires : Jusqu'à 3 personnes

Modalité : En présentiel, à distance, mixte

Accessibilité : Accès PMR.

Vous êtes en situation de handicap, contactez notre référent handicap Régine Blanchard : 06 07 468 401 ou par mail : regine.blanchard@thesalesmachine.eu



Intervenant : Régine Blanchard, Marc Bellot

Méthodes mobilisées : Théorie, ateliers de mise en pratique, « learning by doing »

Moyens techniques : Ordinateur, vidéoprojecteur, Google Meet

Ressources pédagogiques :

- Le support de cours
- La plateforme Hubspot

Modalités d'évaluation :

- **En amont de la formation :** questionnaire de positionnement
- **Pendant la formation :** Mise en pratique à partir de situations de terrains
- **Fin de formation :** évaluation du transfert des acquis pour valider la mise en œuvre
Test de validation des acquis

Satisfaction des bénéficiaires : Questionnaire de satisfaction réalisé en fin de formation.

Assiduité : Attestation individuelle de formation. Certificat de réalisation

Tarifs : Intra-entreprise : à partir de 3.500 euros HT / mois sur devis

Lieux de la formation : Client

Contact : Régine Blanchard : 06 07 468 401 ou
par mail : régine.blanchard@thesalesmachine.eu

