

Formation : Marketing Digital B2B boosté à l'IA

⌚ 2 jours - 14 heures | 📄 présentiel (inter-entreprise) ou à distance

BEST **DIGITAL LEARNING** **SESSION GARANTIE**
+

📄 **Réf**
11132

à partir de
1 490 € HT

Petit déjeuner d'accueil et déjeuner offerts



OBJECTIFS

- Intégrer les techniques du marketing digital dans la sphère B2B : contenus digitaux, SEO, médias sociaux, email marketing, lead nurturing...
- Concevoir un tunnel de conversion performant et générer des leads efficacement sur les canaux digitaux
- Mesurer et optimiser le ROI de ses actions

MODALITÉS PÉDAGOGIQUES

- Trainings : cas pratiques et études de cas spécifiques au Marketing digital B2B
- Une méthodologie et des études de cas pour intégrer le digital à sa stratégie marketing et éditoriale

PRÉ-REQUIS

- Connaître les fondamentaux du e-marketing
- Les participants sont invités à amener leurs cas pratiques

SUIVI ET ÉVALUATION DES ACQUIS

- Autopositionnement en amont et évaluation des acquis en aval
- Distanciel : contenu et durée identiques + pédagogie adaptée + assistance technique 5j/7

POUR QUEL PUBLIC ?

- Responsable marketing, marketing BtoB
- Commercial, Business developer BtoB
- Chargé de projet événementiel BtoB
- Responsable e-commerce BtoB
- Toute personne chargée de la stratégie de contenu et d'acquisition de leads en BtoB

LES PLUS

- Déclinable en format individuel, intra-entreprise et sur-mesure

+ Votre capsule digitale (1 heure)

Une capsule de digital learning disponible pendant 1 mois vous est proposée à l'issue de cette formation pour challenger vos compétences !

- Des ressources pédagogiques et de contenu
- Des quiz, des conseils, des vidéos...
- Un défi compétences pour tester vos nouvelles compétences professionnelles
- Un complément efficace pour ancrer vos nouvelles connaissances dans votre activité professionnelle !

60mn chrono pour vivre une expérience formative unique !

À quoi ressemblent nos capsules ? Découvrez l'organisation et la richesse de nos capsules



Programme détaillé

Principales tendances en marketing digital B2B

- Comportement de l'acheteur en BtoB
- Le cycle de vente en BtoB : les différentes étapes
- Inbound vs outbound vs ABM
- Comment démarrer avec l'IA : conseils pratiques
- Les limites et points de vigilance

Leviers web : miser sur l'Inbound marketing et l'ABM en BtoB

- L'importance du Persona marketing et du job to be done : utiliser l'IA pour affiner ses personas et prédire les comportements
- Les composantes d'une campagne Inbound, les facteurs d'efficacité vs campagnes traditionnelles
- Études de campagnes web marketing des participants : comment les transformer en campagne Inbound ou ABM ?
- Allez plus loin avec l'ABM

Training : créer des personas enrichis avec l'IA

Concevoir une stratégie de contenus

- Définir ses étapes tout au long du cycle de vente
- Concevoir une charte éditoriale, s'aider de l'IA
- À chaque étape, définir les offres éditoriales les plus adaptées : les contenus qui attirent, ceux qui convertissent, ceux qui concluent et ceux qui démontrent
- Sélectionner les formats les plus pertinents : articles de blog, livres blancs, démos, études de cas, testimoniaux, webinaires...
- Identifier les outils de l'IA générative pour créer des contenus textes, images, audio ou vidéo
- Les différents canaux pour diffuser ses contenus : blogs, sites web, médias sociaux, newsletter...
- L'importance du copywriting et des biais cognitifs

Training : utiliser les prompts efficacement pour créer ses contenus et les copywriter

Training : utiliser l'IA pour créer sa stratégie de contenu et ses contenus

Training : focus sur les sites Web des participants

Promouvoir ses contenus

- Les différents canaux exploitables : blogs, sites web, médias sociaux, newsletter...
- LinkedIn, X, Facebook : comment les actionner pour une efficacité maximale ?
- Les autres médias sociaux à exploiter en BtoB
- Le blog : un support incontournable en B2B ?

Training : focus sur les sites Web des participants

Promouvoir ses contenus

- L'email marketing : segmenter ses envois
- Le SEO : un enjeu crucial pour l'acquisition de trafic
- Anticiper l'impact de l'IA sur le trafic organique
- Le SEA : une alternative au SEO
- Utiliser ses leaders d'opinion ? Impliquer ses dirigeants
- L'automatisation intelligente des publications sur les réseaux sociaux
- Utiliser l'IA pour personnaliser ses communications
- Les techniques publicitaires sur les réseaux sociaux : InMail LinkedIn, Facebook Ads, Sponsored Tweet...

Capter des leads en BtoB

- Comprendre le rôle de l'entonnoir de conversion
- Les différents tunnels de vente à utiliser
- Quels contenus pour quelles étapes ?
- Qu'est-ce qu'un prospect ? Un prospect recyclé ? Un MQL ? Un SAL ? Un SQL ?
- L'importance des « calls to action » CTA
- Le rôle des landing pages, comment les optimiser avec l'IA
- Comment l'IA peut qualifier automatiquement les leads
- Les chatbots IA pour la conversion des visiteurs

Training : focus sur les sites Web des participants

Lead nurturing & marketing automation

- Lead nurturing : gérer ses prospects en amont du cycle d'achat
- Établir son scoring de lead pour définir ses cibles prioritaires
- Marketing automation : quelles actions webmarketing automatiser ?
- Présentation des plates-formes d'Inbound marketing type Hubspot et Marketo
- Les solutions d'IA pour le scoring prédictif
- L'hyperpersonnalisation des parcours clients grâce à l'IA
- Automatiser les interactions avec les prospects via l'IA conversationnelle

Training : créer un workflow d'emails automatisés

Training : configurer un chatbot IA pour la qualification des leads

Mesure de l'efficacité des actions

- Analyse des solutions digitales déjà exploitées via vos outils de web analytics
- Définir ses objectifs et mesurer vos actions avec les bons KPIS : taux moyen de conversion, taux d'engagement sur les médias sociaux, performance des différents points de contact ...
- Comment utiliser l'IA pour optimiser ses KPIS

Éthique et conformité

- Protection des données et IA : les bonnes pratiques
- Transparence dans l'utilisation de l'IA
- Équilibre entre automatisation et touche humaine

Intervenant



Stéphane T.
Consultant Content Marketing
IA

Liste des sessions

Inscription possible 48h avant la formation. Au-delà, vous pouvez contacter notre Service Clients pour vous assurer de la disponibilité : info@comundi.fr.

 Du 12 au 13 mai 2025	Paris	1 590 € HT
 Du 12 au 13 juin 2025 SESSION GARANTIE	A distance	1 490 € HT
 Du 10 au 11 juillet 2025	Paris	1 590 € HT
 Du 13 au 14 octobre 2025	Paris	1 590 € HT
 Du 24 au 25 novembre 2025	A distance	1 490 € HT
 Du 15 au 16 décembre 2025	Paris	1 590 € HT

Ce produit est proposé en intra-entreprise, sur-mesure ou en individuel.

Vous êtes intéressé ?
Contactez-nous

intra@comundi.fr

**Vous souhaitez
vous inscrire ?**



Rendez-vous sur le site
www.comundi.fr

Retrouvez le programme de la formation en indiquant la
référence dans le moteur de recherche : [11132](#)