

# Account-Based Marketing



Comment attirer les Comptes Stratégiques ?



**STUDIO  
BUTTERFLY**

CASABLANCA

L'inbound Marketing  
en tête!



Si vous voulez me convaincre, vous devez penser ce que je pense, ressentir ce que je ressens et me parler avec mes mots.

Cicéron



**L'Account-Based Marketing est une stratégie destinée aux entreprises B2B. Elle cible les Comptes les plus Stratégiques plutôt que de s'épuiser à vouloir vendre des produits et services à tout le monde.**

## **L'Account-Based Marketing selon nos 4 étapes**

Notre méthode, fondée sur 4 étapes, vous permet de préparer des campagnes très ciblées et hyper-personnalisées générant des ventes plus rapidement.

### **1. La Sélection des Comptes Stratégiques**

Nous vous accompagnons dans l'identification, la sélection et la qualification des Comptes Stratégiques (CS) et / ou Clusters de CS.

Nous approfondissons l'analyse :

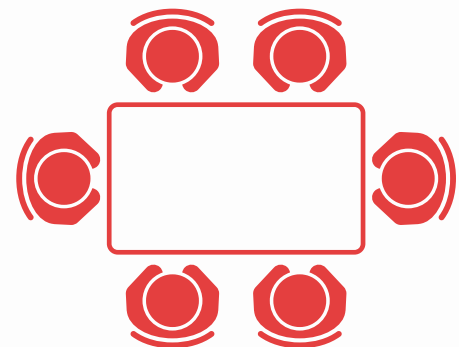
- I.C.P. (Ideal Company Profil).
- Personas par I.C.P.
- Extraction de la Data.



### **2. La Création de Campagnes Hyper-Personnalisées**

Nous concevons des campagnes hyper-personnalisées par CS qui incluent la planification, la production et l'envoi de contenus digitaux et/ou physiques.

Nous adressons les bons contacts avec des arguments rationnels et émotionnels.



### 3. L'Engagement des Comptes Stratégiques

Tout au long de la mise en oeuvre de la campagne ABM, nous engageons et développons une relation à moyen terme avec les Comptes Stratégiques ou Clusters de C.S. sélectionnés.



Campagne ABM LEXTENSO

### 4. La Mesure et l'Optimisation des K.P.I.

"Ce qui ne peut pas être mesuré, ne peut pas être amélioré."

Nous mesurons et optimisons la performance en pilotant judicieusement les K.P.I. préalablement sélectionnés.

Ces KPI portent sur les 3 R :

- Reputa**tion**
- Relationships
- Reven**us**



### Facteurs Clés de Succès d'une campagne ABM

La réussite d'une campagne ABM passe par trois critères importants :

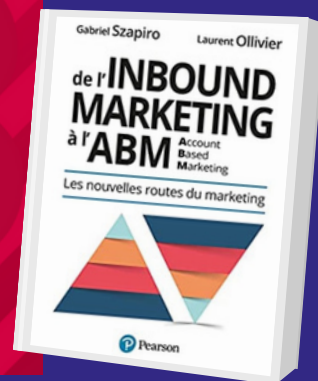
- L'appropriation de la démarche par le Dirigeant de l'entreprise ou de l'institution,
- La mise en place d'un Comité ABM au sein de l'entreprise composé des Sales et du Marketing,
- Le suivi et l'évaluation régulière des résultats de la Campagne.

Identifier les I.C.P.

Engager les I.C.P. avec des campagnes hyper-personnalisées

Construire des relations durables avec les I.C.P. qui ouvrent de nouvelles opportunités business

# NOTRE DÉMARCHE : L'E.T.H.O.S



L'Ethos fait partie des trois piliers fondamentaux de la rhétorique d'Aristote. Il illustre la crédibilité que l'orateur inspire à son auditoire. L'orateur, par sa personnalité attachante, digne de respect gagne la confiance de son public en le rassurant par sa connaissance du sujet traité et par son autorité légitime.

## NOS EXPERTISES

- **Stratégies de Marque**  
Positionnement, plateforme de marque, charte éditoriale, charte graphique
- **Stratégies d'Inbound Marketing 360°**  
Analyse des Personas, Stratégie digitale, Stratégie de contenu  
Site web, e-commerce, application, SEO/SEA, maintenance, emailing, marketing automation, IA, social media
- **Stratégies d'Account-Based Marketing**  
Sélection des Comptes, Extraction de la Data, Analyse des stratégies clients,  
Création de campagnes hyper-personnalisées

**Notre accompagnement selon une démarche de co-crédation accélère la réussite de vos campagnes ABM.**

## Studio Butterfly Casablanca

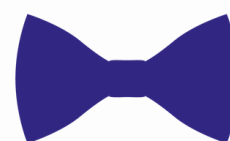
Spécialiste des Stratégies de Marque, d'Inbound Marketing 360° et d'Account-Based Marketing

Tour Crystal 1, 10ème étage Casa Marina Business Center

Gsm : 06 64 50 36 18

Email : [jroudias@studiobutterfly.fr](mailto:jroudias@studiobutterfly.fr)

Site web : [www.studiobutterflycasablanca.com](http://www.studiobutterflycasablanca.com)



**STUDIO  
BUTTERFLY**

CASABLANCA

*L'Inbound Marketing  
en tête!*