



**STUDIO
BUTTERFLY**

CASABLANCA

*L'Inbound Marketing
en tête!*

Engagez, Émerveillez,
Fidélisez :

L'Inbound Marketing 360° à Portée de Main !

Apprenez les clés d'une approche
marketing innovante et efficace.

**JE M'INSCRIS À LA
FORMATION**



Détails de la Formation :

- Début : 22 Novembre 2024
- Durée : 7 jours (Choisissez de suivre la formation complète ou des modules au choix)
- Prix :
 - Module d'une journée : 4 400 DHS HT
 - 6 modules : 24 640 DHS HT
- Format : Présentiel et distanciel

Contact :

Email : contact@studiobutterflycasablanca.com

Tél. : +212 6 19 34 15 58



A QUI S'ADRESSE CETTE FORMATION ?

Cette formation s'adresse aux :

- **Directions Générales** souhaitant acquérir une vision stratégique 360° et aligner les différentes fonctions de l'entreprise.
- **Marketing** pour maîtriser les stratégies Inbound et phygital, et développer des contenus adaptés.
- **Sales** pour améliorer l'alignement avec le marketing et optimiser la gestion du pipeline de ventes.
- **Digital et CRM** afin d'intégrer les dernières technologies, IA, et leviers phygitaux.
- **Communication** pour créer des stratégies omnicanales cohérentes et efficaces.

LE PROGRAMME DE LA FORMATION

- **Module 1 : Inbound Marketing 360° de l'acquisition à la fidélisation (1 journée)**

Comprendre et mettre en œuvre une stratégie Inbound 360° adaptée à votre entreprise ou institution.

- **Module 2 : Personas Clients et Atelier de Changement (1 journée)**

Aligner les équipes marketing et sales et créer des personas clients pertinents.

- **Module 3 : Création d'un Plan Marketing et Sales Annuel incluant les campagnes et Atelier de Changement (1 journée)**

Créer un plan marketing et sales aligné avec les objectifs business et les ressources disponibles.

- **Module 4 : Stratégie Phygital et IA et Atelier de Changement (2 journées)**

Concevoir une stratégie intégrant CRM, réseaux sociaux, IA et collecte de données.

- **Module 5 : Stratégie de Contenu personnalisé (1 journée)**

Développer une stratégie de contenu personnalisé et omnicanale cohérente et engageante.

- **Module 6 : Suivi des KPI & Reporting et Atelier de Changement (1 journée)**

Mettre en place des KPIs adaptés et maîtriser l'analyse de performances pour un reporting efficace.

LES OBJECTIFS DE LA FORMATION :

- **Maîtriser les stratégies Inbound 360°** pour piloter une transformation digitale complète, de l'acquisition à la fidélisation.
- **Aligner les équipes marketing et sales** pour optimiser les résultats, fluidifier la collaboration et garantir une approche client unifiée.
- **Intégrer les outils technologiques** (IA, CRM, solutions phygiales) dans la stratégie globale de l'entreprise, pour renforcer l'innovation et l'efficacité opérationnelle.

Dates :

Module 1 : Vendredi 22 Novembre 2024
Module 2 : Vendredi 29 novembre 2024
Module 3 : Vendredi 6 décembre 2024
Module 4 : Vendredi 13 décembre 2024 et Vendredi 20 décembre 2024
Module 5 : Vendredi 10 janvier 2025
Module 6 : Vendredi 17 janvier 2025

Durée : 7 jours

Prix :

- **Module d'une journée : 4400 DHS HT / Pers.**
- **Les 6 modules : 24 640 DHS HT / Pers.**

Format :

Formation disponible en **présentiel et distanciel**, adaptée à vos besoins.

Lieu on site : Casablanca et Rabat

LES POINTS FORTS DE LA FORMATION :

- **Formation concrète et pratique**, avec des mises en situation et des exemples spécifiques à chaque secteur.
- **Animation par des experts internationaux** de l'Inbound Marketing 360° et des nouvelles technologies.
- **Double approche phygitale**, permettant d'acquérir des compétences aussi bien en présentiel qu'en distanciel.
- **Ateliers de changement intégrés**, favorisant l'adhésion et l'alignement des équipes tout au long de la formation, pour une transformation durable et efficace.

EVALUATION :

Les compétences acquises seront évaluées via un **questionnaire en ligne** incluant des mises en situation réelles pour valider la bonne compréhension des concepts enseignés.

ATTESTATION :

À l'issue de la formation, les participants recevront une **attestation de participation** reconnaissant leur acquisition de compétences essentielles en Inbound Marketing 360°.

Module 1: Inbound Marketing 360° de l'acquisition à la fidélisation

Durée : 1 journée

Prérequis : Ce module nécessite une compréhension des enjeux stratégiques à 360° dans l'entreprise ou l'institution

Cibles: Direction Générale, Marketing, Sales, Communication, Digital

Compétences acquises :

- Vision globale de la stratégie Inbound 360°
- Capacité d'adaptation stratégique.

Livrables :

- Compréhension globale de la stratégie Inbound 360° et ses piliers.
- Capacité à définir une stratégie Inbound 360° adaptée à l'entreprise.
- Identification des priorités et des opportunités d'amélioration.

Programme :

- Marketing de la permission et du désir
- Différenciation par la Marque
- Connaissance du Persona client et alignement sales/marketing (Smarketing)
- Introduction au changement
- Stratégie phytale
- Stratégie de contenu personnalisé
- Différenciation par l'innovation



Module 2 : Personas clients et Atelier de Changement

Durée : 1 journée

Prérequis : Leadership, ownership et collaboration étroite pour éviter la déconnexion entre marketing et ventes.

Cibles: Direction Générale, Sales, Marketing, Communication, Digital

Compétences acquises :

- Meilleure collaboration entre équipes sales et marketing
- Maîtrise de la création de personas clients pertinents

Livrables :

- Personas clients clairement définis et alignés avec la stratégie
- Alignement renforcé entre marketing et sales grâce à l'atelier de changement
- Identification des obstacles à la collaboration et solutions pratiques

Programme :

- Revue et amélioration de la segmentation existante
- Méthodologie de création de personas clients
- Analyse des comportements d'achat et points de friction
- Atelier collaboratif pour renforcer l'alignement entre équipes
- Stratégies pour améliorer l'engagement client à travers des personas personnalisés



Module 3 : Création d'un Plan Marketing et Sales Annuel incluant les campagnes et Atelier de Changement

Durée : 1 journée

Prérequis : Vision claire des objectifs business et des ressources disponibles.

Cibles: Direction Générale, Marketing, Sales, IT

Compétences acquises :

- Maîtrise de la planification stratégique annuelle pour le Marketing et les Sales
- Capacité à articuler campagnes, ressources et priorités dans une feuille de route annuelle
- Optimisation de la collaboration entre les équipes marketing et sales

Livrables :

- Plan Marketing et Sales annuel aligné avec les objectifs business
- Intégration efficace des campagnes dans une feuille de route annuelle
- Outils et techniques pour suivre et ajuster le plan en fonction des résultats

Programme :

- Bref audit des performances N-1 : Analyse des résultats de l'année précédente pour identifier les réussites et les axes d'amélioration.
- Définition des objectifs business et analyse des ressources disponibles
- Création du plan marketing et du plan sales
- Définition des campagnes clés et de leur articulation dans le plan annuel
- Optimisation du timing des actions pour maximiser les résultats
- Élaboration d'un tableau de bord pour le suivi et l'ajustement du plan
- Atelier de changement pour renforcer les synergies entre marketing et sales



Module 4 : Stratégie Phygital et IA et Atelier de changement

Durée : 2 journées

Prérequis : Maîtrise des technologies digitales et compréhension approfondie du parcours client omnicanal.

Cibles: Marketing, CRM, Digital, IT, Sales

Compétences acquises :

- Connaissance des outils CRM et solutions d'intelligence artificielle (IA).
- Capacité à intégrer des données clients pour optimiser l'expérience phygital.
- Compétences avancées en gestion et exploitation des données.

Livrables :

- Conception d'une stratégie phygital intégrant le site web, CRM, réseaux sociaux, IA, et collecte de données.
- Intégration des outils IA dans la stratégie marketing.
- Identification des leviers pour la génération et la capture de données.

Programme :

- Analyse du parcours client phygital
- Définition des objectifs pour la stratégie phygital et alignement avec les KPIs
- Outils et technologies pour une stratégie phygital efficace
- Médias sociaux et personal branding comme leviers de croissance
- Achat média pour renforcer la notoriété de la marque
- Personnalisation de l'engagement client
- Intégration des outils CRM et IA dans les processus existants
- Mise en œuvre de l'IA pour optimiser l'engagement client
- Techniques de collecte et d'analyse des données clients
- Évaluation des performances des campagnes phygital
- Études de cas et ateliers pratiques
- Création d'un plan d'action phygital adapté
- Atelier de changement pour renforcer la collaboration Marketing et Sales



Module 5 : Stratégie de contenu personnalisé

Durée : 1 journée

Prérequis : Une compréhension des objectifs marketing et de l'audience cible est requise pour assurer la cohérence et la pertinence du contenu sur tous les canaux.

Cibles: Équipes de Marketing, Communication, Digital

Compétences acquises :

- Maîtrise de la planification et de l'exécution de stratégies de contenu personnalisé.
- Création de contenu engageant et adapté à divers canaux.

Livrables :

- Élaboration d'une stratégie de contenu omnicanale alignée sur les objectifs business.
- Production d'un plan de contenu détaillé, pertinent et engageant.
- Création d'un calendrier éditorial et d'une charte de contenu pour guider la production.

Programme :

- Compréhension des audiences et segmentation pour un contenu ciblé.
- Développement d'une proposition de valeur unique pour le contenu, alignée sur l'identité de la marque, afin d'assurer une différenciation efficace et un impact significatif sur l'audience.
- Techniques de storytelling pour capter l'attention et engager l'audience.
- Création de contenus créatifs et innovants adaptés à la cible, y compris vidéos, podcasts, jeux interactifs, ainsi que contenu B2B et G2C.
- Stratégies pour optimiser le contenu sur différents canaux (blogs, réseaux sociaux, newsletters, etc.).
- Intégration des retours clients pour améliorer continuellement le contenu.
- Création d'un calendrier éditorial : bonnes pratiques et outils recommandés.
- Études de cas : exemples de stratégies de contenu réussies.
- Atelier pratique : élaboration d'un projet de contenu personnalisé pour votre organisation.



Module 6 : Suivi des KPI & Reporting et Atelier de Changement

Durée : 1 journée

Prérequis : Compétences analytiques solides et rigueur dans le suivi des indicateurs.

Cibles: Direction Générale, Marketing, Sales, Communication, Digital

Compétences acquises :

- Analyse des données pour l'optimisation des performances.
- Élaboration de rapports adaptés pour une prise de décision rapide et éclairée.

Livrables :

- Mise en place de KPIs spécifiques et pertinents pour l'organisation.
- Capacité à analyser les performances des campagnes et à les ajuster en temps réel.
- Maîtrise de la création de rapports clairs et impactants pour les parties prenantes.

Programme :

- Introduction aux KPI : définition et importance dans la stratégie Marketing et Sales.
- Sélection des KPIs adaptés aux objectifs d'affaires.
- Techniques d'analyse des données pour interpréter les résultats.
- Méthodes d'ajustement des campagnes en fonction des performances.
- Élaboration de rapports : bonnes pratiques et outils recommandés.
- Études de cas : exemples de reporting efficace.
- Atelier de changement pour définir collectivement les KPIs pertinents et à discuter des meilleures pratiques de reporting.

