

★ OBJECTIFS

- Différencier les notions de lead, prospect, leads qualifiés, inbound marketing... et toutes les notions importantes à connaître pour maîtriser l'acquisition de leads ;
- Identifier les grandes phases de l'histoire de l'acquisition de leads

i INFORMATIONS

- Public :** Professionnels de l'Immobilier ou du crédit
- Prérequis :** Aucun
- Durée :** 09h00

FINANCEMENT

Une action de formation peut faire l'objet d'une prise en charge OPCO. Compétences First identifie et vous accompagne dans les démarches de financement.

MOYENS

Pédagogiques :

- Apports théoriques
- Études de cas
- Questions/Réponses

Matériels :

- Ordinateurs / Tablettes / Smartphones
- Paperboard

Méthodes d'évaluation :

- Quiz
- QCM

CONTACT

Tél :

01 87 66 02 19

E-mail :

contact@immoforma.fr

NDA :

76311071831

Nom de l'accompagnateur :

Anthony PITKANITSOS

⌚ HORAIRES

Libres en E-learning

Module 1 : Les fondamentaux de l'acquisition de leads

○ Présentation	3'47
○ Objectifs de la formation	3'13
○ Quelles sont les différences entre un lead et un prospect ?	2'22
○ Qu'est-ce qu'un lead qualifié ?	2'01
○ Qu'est-ce que l'inbound marketing ?	2'30
○ Comment mettre en place une stratégie d'acquisition de leads grâce à l'inbound marketing ?	4'28
○ Le cycle inbound selon Hubspot, numéro 1 mondial de l'inbound marketing	2'29
○ Les 3 grands types de stratégies d'inbound marketing	7'29
○ Inbound et marketing, disciplines inévitablement liées	0'57
○ Le lead scoring	1'23
○ Le lead nurturing	2'45
○ Le marketing automation	3'07
○ La conversion et le e-CRM	1'10
○ Le tunnel de vente	2'19
○ L'entonnoir issu de la méthodologie d'inbound marketing	1'22
○ Les 5 étapes du Growth Hacking avec la méthode AARRR	3'38
○ La méthode du TOFU / MOFU / BOFU en Inbound Marketing	1'08
○ Le tunnel de conversion	1'43
○ Le funnel marketing "MQL/SQL"	2'06
○ Mettre en pratique le tunnel de vente dans le parcours client	2'19
○ Adapter le calendrier éditorial au tunnel de vente en 4 points clés	2'56
○ Adresser le besoin du prospect	1'53
○ L'évaluation de besoin	2'31
○ Conclure la vente	1'36
○ Le Service Après-Vente	1'41
○ Comment cartographier ses contenus en fonction du funnel ?	12'44
○ Les moments de vérité du parcours d'achat avec le modèle ZMOT	3'55
○ Le tunnel de vente de l'utilisateur hyper-connecté	5'40
○ Comment optimiser les grands moments de vérités du parcours d'achat connecté ?	4'19
○ Histoire de la Relation Client	1'27
○ Les origines de la Gestion de la Relation Client (GRC)	5'26
○ L'avènement de la société de consommation	2'07
○ L'ère du marketing relationnel	2'12
○ L'impact de l'informatique sur la relation client	2'06
○ 1990 - L'an 0 du CRM moderne	2'08
○ 1990 - Les premières problématiques	2'11
○ Début du XXIème siècle - Repositionnement du rôle du CRM	2'54
○ L'ère du SAAS	3'26
○ L'ère de l'hyper-connexion et du Mobile First	3'32
○ Analyse de 3 domaines clés du lead génération	4'26
○ Quiz	5'00
Total :	2'11'26

Module 2 : Enjeux et importance du lead generation de nos jours

○ L'implantation du marketing automation en entreprise	3'45
○ Clé 1 : La qualité des leads et des données collectées	3'25
○ Clé 2 : Envoyer le bon message au bon moment	6'10
○ Clé 3 : Le nerf de la guerre, le contenu !	1'18
○ Clé 4 : La coordination entre tous les services de l'entreprise	1'32
○ Clé 5 : L'usage et l'analyse efficace de la data	4'59

Acquisition de leads

(08'56'11 heures)

ACQ-01

★ OBJECTIFS

- Différencier les notions de lead, prospect, leads qualifiés, inbound marketing... et toutes les notions importantes à connaître pour maîtriser l'acquisition de leads ;
- Identifier les grandes phases de l'histoire de l'acquisition de leads

i INFORMATIONS

- Public :** Professionnels de l'Immobilier ou du crédit
- Prérequis :** Aucun
- Durée :** 09h00

FINANCEMENT

Une action de formation peut faire l'objet d'une prise en charge OPCO. Compétences First identifie et vous accompagne dans les démarches de financement.

MOYENS

Pédagogiques :

- Apports théoriques
- Études de cas
- Questions/Réponses

Matériels :

- Ordinateurs / Tablettes / Smartphones
- Paperboard

Méthodes d'évaluation :

- Quiz
- QCM

CONTACT

Tél :

01 87 66 02 19

E-mail :

contact@immoforma.fr

NDA :

76311071831

Nom de l'accompagnateur :

Anthony PITKANITSOS

⌚ HORAIRES

Libres en E-learning

○ Les 7 facteurs à anticiper pour un onboarding optimal du e-CRM et du Marketing Automation	6'18
○ La stratégie	2'29
○ Une stratégie cohérente et bien hiérarchisée	3'12
○ L'importance du Business Case	4'09
○ La fidélisation client	5'56
○ Anticiper les changements internes	6'55
○ Définir des objectifs S.M.A.R.T	3'57
○ Définir les objectifs en alignant le marketing et la vente	5'03
○ Définir les objectifs en prenant en compte l'entonnoir de e-CRM	7'34
○ Modèles de parcours clients	19'01
○ Pourquoi créer un persona ?	2'16
○ Comment créer un persona ?	2'38
○ Atelier créatif : création d'un persona – Présentation	14'43
○ Atelier créatif : création d'un persona – Particuliers	16'44
○ Atelier créatif : création d'un persona – Professionnels	5'28
○ Atelier créatif : création d'un persona – Grande distribution	10'31
○ Faire matcher les contenus à chaque étape du parcours client	12'36
○ Respecter le RGPD	3'05
○ Prérequis à la sélection des outils de Marketing Automation	3'59
○ Sélection des outils de Marketing Automation	4'36
○ Définition de la landing page	3'31
○ Quiz	5'00
Total :	2'50'50

Module 3 : La boîte à outils de l'acquisition de leads

○ Le modèle POEM	20'00
○ Outil 1 - Attirer du trafic grâce à votre site web	4'55
○ Outil 2 - Le SEO	5'41
○ Outil 3 – Les réseaux sociaux	6'26
○ Outil 4 - Le marketing sur mobile	8'11
○ Outil 5 - le SEA – Partie 1	4'45
○ Outil 5 - le SEA – Partie 2	7'22
○ Outil 6 - Les social ads pour générer des leads qualifiés – Partie 1	9'51
○ Outil 6 - Les social ads pour générer des leads qualifiés – Partie 2	8'10
○ Outil 7 - L'affiliation	4'06
○ Les outils du Earned Media pour élargir votre audience grâce aux ambassadeurs	1'30
○ Outil 8 - Les 5 stratégies du BAO Marketing pour générer des leads	7'49
○ Outil 9 - L'employee advocacy	6'49
○ Outil 10 - Le guestblogging	7'56
○ Outil 11 - Les influenceurs	7'18
○ Outil 12 - Google Analytics	5'05
○ Outil 13 - La data driven marketing	10'21
○ Outil 14 - Le growthhacking	4'38
○ Quiz	5'00
Total :	2'15'53

Module 4 : Étude de cas et ateliers pratiques

○ LinkedIn : Analyse – Partie 1	5'33
○ LinkedIn : Analyse – Partie 2	8'54
○ Comment générer des leads sur LinkedIn automatiquement ?	4'42
○ Facebook : Analyse	13'31
○ Comment générer des leads sur Facebook automatiquement ? – Partie 1	8'17
○ Comment générer des leads sur Facebook automatiquement ? – Partie 2	4'39

★ OBJECTIFS

- Différencier les notions de lead, prospect, leads qualifiés, inbound marketing... et toutes les notions importantes à connaître pour maîtriser l'acquisition de leads ;
- Identifier les grandes phases de l'histoire de l'acquisition de leads

○ Qu'est-ce qu'une landing page ?	1'56
○ Comment capturer des leads grâce à votre landing page ?	1'53
○ Comment promouvoir votre landing page ?	2'17
○ Les différents types de landing page	6'03
○ Les techniques de conversion des landing page	7'36
○ Atelier créatif : créer une landing page qui fonctionne	13'53
○ Conclusion	3'48
○ Quiz	5'00
Total :	1'28'02
Test de satisfaction	05'00

i INFORMATIONS

- Public :** Professionnels de l'Immobilier ou du crédit
- Prérequis :** Aucun
- Durée :** 09h00

Total : 8'56'11

⾦ FINANCEMENT

Une action de formation peut faire l'objet d'une prise en charge OPCO. Compétences First identifie et vous accompagne dans les démarches de financement.

☒ MOYENS

Pédagogiques :

- Apports théoriques
- Études de cas
- Questions/Réponses

Matériels :

- Ordinateurs / Tablettes / Smartphones
- Paperboard

Méthodes d'évaluation :

- Quiz
- QCM

✉ CONTACT

Tél :

01 87 66 02 19

E-mail :

contact@immoforma.fr

NDA :

76311071831

Nom de l'accompagnateur :

Anthony PITKANITSOS

⌚ HORAIRES

Libres en E-learning

★ OBJECTIFS

- Différencier les notions de lead, prospect, leads qualifiés, inbound marketing... et toutes les notions importantes à connaître pour maîtriser l'acquisition de leads ;
- Identifier les grandes phases de l'histoire de l'acquisition de leads

i INFORMATIONS

- **Public :** Professionnels de l'Immobilier ou du crédit
- **Prérequis :** Aucun
- **Durée :** 09h00

▀ FINANCEMENT

Une action de formation peut faire l'objet d'une prise en charge OPCO. Compétences First identifie et vous accompagne dans les démarches de financement.

❖ MOYENS

Pédagogiques :

- Apports théoriques
- Études de cas
- Questions/Réponses

Matériels :

- Ordinateurs / Tablettes / Smartphones
- Paperboard

Méthodes d'évaluation :

- Quiz
- QCM

📞 CONTACT

Tél :

01 87 66 02 19

E-mail :

contact@immoforma.fr

NDA :

76311071831

Nom de l'accompagnateur :

Anthony PITKANITSOS

⌚ HORAIRES

Libres en E-learning

L'accompagnement pédagogique

L'accompagnement pédagogique est assuré avec un formateur qui forme l'apprenant dans un parcours individuel, précisément adapté au besoin de l'apprenant dans le but d'obtenir la certification visée.

En dehors des heures de formations prévues, l'organisme prévoit un accompagnement pour s'assurer de la satisfaction de l'apprenant, de la conformité administrative de son dossier ainsi qu'un temps particulier pour la préparation à la certification.

L'accompagnement technique

En début de parcours, un accès e-learning est envoyé à l'apprenant. Son utilisation est facultative mais permet à l'apprenant d'assoir ses compétences théoriques. Les heures de connexion ne sont jamais décomptées des heures de formation prévues.

L'apprenant a un accès à une plateforme développée en interne par Compétences First pour gérer les documents pédagogiques (Attestations , émargement, etc..).