Fiche Technique:Formation marketing automation à Tanger

Objectifs de la formation

Compétences clés et résultats opérationnels visés.

- Concevoir des scénarios de nurturing multi-canaux guidés par la donnée.
- Mettre en place un lead scoring pertinent pour prioriser les relances commerciales.
- Construire un tableau de bord orienté revenus (MQL, SQL, pipeline, ROI).
- Assurer qualité et conformité des données (opt-in, consentements, traçabilité).
- Aligner marketing et ventes via des SLA simples et mesurables.
- Lancer un MVP rapide puis itérer (tests A/B, personnalisation, routage).

> Approche pragmatique: démarrage par un MVP opérationnel en quelques semaines, puis amélioration continue.

Population cible

Profils et organisations qui bénéficient le plus de la formation.

- Responsables marketing B2B souhaitant structurer un funnel de leads.
- Commerciaux et SDR voulant prioriser grâce au lead scoring.
- Directeurs de filiale à Tanger visant une croissance locale accélérée.
- Responsables communication du secteur public pour améliorer la relation usager.
- Entreprises industrielles, maintenance, BTP, transport et services à cycle de vente long.

Durée de la formation

Rythme et formats d’apprentissage.

Élément	Détail
Sessions	2 à 3 heures (théorie, démos, mise en pratique)
Calendrier	Parcours de 2 à 6 semaines selon maturité
Modalités	Présentiel à Tanger, classe virtuelle, intra/mixte
Niveaux	Bootcamp (2 sem.) • Avancé (4 sem.) • Expert (6 sem.)

Programme de la formation

Parcours actionnable, ancré dans les besoins tangérois.

Module 1 — Diagnostic et priorités

- Audit rapide de la stack (CRM, emailing, formulaires, site) et des sources de leads.
- Définition du MVP de nurturing et de l’objectif de conversion.

Module 2 — Parcours et contenus

- Modélisation des personas locaux; cartographie des contenus de preuve.
- Priorisation des efforts pour éviter les goulets d’étranglement.

Module 3 — Workflows et scoring

- Configuration des déclencheurs, règles de scoring et qualification.
- Alertes aux commerciaux au bon moment, avec le contexte.

Module 4 — Data et conformité

- Nettoyage, déduplication, normalisation des données.
- Opt-in, centre de préférences, traçabilité des consentements.

Module 5 — Mesure et optimisation

- Définition des KPI, création de dashboards, rituels de revue.
- Tests A/B, personnalisation et amélioration continue.