Fiche Technique:Formation marketing automation au Cameroun

Objectifs de la formation

- Concevoir des scénarios d'automatisation pour accroître le volume et la qualité des leads.
- Définir le pipeline cible et les KPI (taux de conversion, coût par lead, MQL→SQL, cycle de vente).
- Modéliser le funnel AARRR / TOFU–MOFU–BOFU et clarifier les points de contact par segment.
- Mettre en place un lead scoring robuste connecté au CRM et aux outils d'emailing.
- Aligner marketing–ventes avec des SLA partagés et piloter la performance par indicateurs.
- Instaurer une gouvernance data et un calendrier éditorial adaptés au marché camerounais.

> Livrables clés: plan d'exécution 90 jours, roadmap d'intégration outillage, matrices de segmentation réutilisables.

Population cible

- Dirigeants, directeurs commerciaux/marketing, responsables communication.
- Équipes marketing, CRM et ventes; fonctions IT et data.
- PME/ETI et filiales locales de groupes internationaux structurant l'acquisition digitale.
- Organisations souhaitant industrialiser la génération de leads en restant proches du terrain.
- Secteurs: industrie, maintenance, logistique, construction/BTP, énergie, transport, agro-industrie, services, secteur public.

Durée de la formation

Élément	Détails
Durée moyenne	2 à 5 jours selon le niveau, avec ateliers pratiques et coaching orienté projet
Formats	Présentiel (Douala/Yaoundé), Distanciel live, Intra-entreprise sur site; format blended possible
Effectif	Groupes de 8 à 12 participants en présentiel
Suivi	Coaching post-formation de 30–60 jours pour sécuriser l'impact

Programme de la formation

Programme ancré dans les réalités commerciales du Cameroun; ateliers reliant stratégie, contenus, données et outils.

Segmentation et ICP

- Prioriser les cibles à fort potentiel; livrable: cartographie ICP et matrices RFM. Durée: 1/2 j.

Scénarios d’acquisition

- Générer des leads qualifiés; livrable: 3 workflows TOFU/MOFU. Durée: 1 j.

Lead scoring et SLA

- Aligner marketing–ventes; livrable: modèle de scoring + SLA. Durée: 1/2 j.

Contenus et landing pages

- Optimiser la conversion; livrable: templates de pages et emails. Durée: 1 j.

Tableaux de bord

- Piloter la performance; livrable: KPI et rapports automatisés. Durée: 1/2 j.
