Fiche Technique:Formation marketing automation au Sénégal

Objectifs de la formation

- Concevoir des parcours clients multicanaux adaptés au contexte sénégalais.
- Installer un lead scoring pertinent et aligné MQL/SQL.
- Structurer des campagnes de nurturing par segment et par intention.
- Connecter CRM, formulaires, publicités et analytics pour une mesure fiable.
- Piloter avec des KPI business (MQL, SQL, CAC, ROMI) et des tests A/B continus.
- Documenter la gouvernance des données et industrialiser des playbooks sectoriels.

> Livrables concrets remis: modèles d’emails, pages d’atterrissage, formulaires et workflows prêts à l’emploi.

Population cible

Pour équipes en démarrage ou en passage à l’échelle, tous niveaux de maturité digitale.

- Dirigeants/DG et directeurs ou responsables marketing.
- Responsables commerciaux et forces de vente.
- Chargés de communication et growth marketers.
- Équipes CRM, data et IT (intégration et gouvernance).
- PME/ETI et grandes organisations: BTP, industrie, énergie, logistique, transport, agro-industrie, services.
- Secteur public et collectivités modernisant la relation usager.

Durée de la formation

Format	Rythme	Objectif
Bootcamp intensif	2,5 jours	Mise en production de 2–3 scénarios
Parcours progressif	5 semaines (5 × 3h) + intersessions	Montée en compétences et livrables structurés
Accompagnement terrain	8–12 semaines	Ateliers, coaching et itérations en situation

> Présentiel à Dakar, Thiès, Saint-Louis ou Kaolack, ou à distance. Planification sur mesure et support asynchrone entre les sessions.

Programme de la formation

Module	Objectif principal	Durée

Parcours & quick wins	Prioriser 3 scénarios à fort ROI	1 journée
Lead scoring & SLA	Aligner MQL/SQL et clarifier le SLA	0,5 journée
Nurturing multicanal	Construire 2 séquences ciblées	1 journée
Intégrations & data	Sécuriser collecte et qualité des données	1 journée
Tests & KPI	Lancer un cycle d’optimisation piloté par les KPI	0,5 journée

Cartographier les parcours et définir les quick wins

- Identifier frictions et opportunités par segment.
- Plan 90 jours: scénarios simples, mesurables, rentables.

Lead scoring et alignement marketing–vente

- Scoring déclaratif, comportemental, firmographique.
- SLA marketing–ventes et rituels de revue pipeline.

Nurturing multicanal et contenus à forte valeur

- Séquences emails, SMS, in-app par étape du funnel.
- Templates pour accélérer la production de contenus.

Intégration CRM, formulaires et analytics

- Interopérabilité des données et validation des flux.
- Cohérence outillage et fiabilité des indicateurs.

Tests, itérations et pilotage par les KPI

- Boucles d’amélioration continue et tests A/B.
- Métriques et cadences d’analyse pour arbitrer les investissements.