

Piloter le Digital Selling de Bout en Bout : CRM, Marketing Automation, Sales Engagement et Analytics Intégrés

Lien : https://maroc-performance.com/formation/piloter-le-digital-selling-de-bout-en-bout-crm-marketing-automation-sales-engagement-et-analytics-integres

DURÉE
10 jours (70h)

RÉFÉRENCE
COM118

CATÉGORIE
Prospection Digitale, Social Selling et Vente à Distance

Maroc Performance

OBJECTIFS DE LA FORMATION

À l'issue de cette formation, vous serez capable de :

- Comprendre les principes et les enjeux du Digital Selling de bout en bout
- Cartographier le parcours client et identifier les leviers digitaux de conversion
- Structurer un CRM fiable et adapté au processus commercial
- Segmenter, scorer et prioriser efficacement les prospects et comptes
- Concevoir des campagnes de Marketing Automation et de nurturing
- Développer des stratégies de Sales Engagement multicanales
- Automatiser la qualification, l’attribution et le suivi des leads
- Exploiter l’intelligence artificielle pour améliorer la prospection et la productivité commerciale
- Intégrer CRM, Marketing Automation, Sales Engagement et Analytics dans un écosystème cohérent
- Piloter efficacement le pipeline, les opportunités et les performances commerciales
- Construire et exploiter des tableaux de bord de Sales Analytics et Revenue Intelligence
- Améliorer la qualité, la sécurité et la gouvernance des données commerciales
- Mesurer le ROI des initiatives de Digital Selling
- Mettre en place une démarche d’optimisation continue permettant d’augmenter la génération de leads, la conversion et la performance commerciale

Maroc Performance

👥 POUR QUI ?

- Directeurs Commerciaux et Sales Directors
- Chief Revenue Officers (CRO)
- Sales Managers et responsables d’équipes commerciales
- Business Developers et Business Development Managers
- Account Executives et Enterprise Account Executives
- Key Account Managers et Strategic Account Managers
- Sales Operations et Revenue Operations Managers
- Sales Enablement Managers
- Responsables Marketing Digital et Growth Marketing
- Marketing Automation Managers
- CRM Managers et responsables Customer Relationship Management
- Data Analysts et Sales Analysts
- Responsables transformation digitale et innovation commerciale
- Dirigeants et cadres souhaitant structurer une stratégie de Digital Selling intégrée et pilotée par la donnée

Maroc Performance



Programme détaillé

1 / Comprendre les fondamentaux du Digital Selling

- Définir le Digital Selling et ses enjeux dans les cycles de vente modernes
- Comprendre l’articulation entre marketing, prospection, vente et fidélisation
- Identifier les différents leviers digitaux du parcours commercial

2 / Cartographier le parcours client omnicanal

- Identifier les étapes du parcours : acquisition, engagement, qualification, conversion et fidélisation
- Cartographier les interactions digitales avec les prospects
- Définir les points de contact et moments clés de conversion

3 / Structurer et optimiser le CRM

- Organiser les données prospects, clients, comptes et opportunités
- Définir les étapes du pipeline commercial et les règles de qualification
- Mettre en place une discipline CRM permettant d’assurer la fiabilité des données

4 / Segmenter et scorer les prospects

- Construire des segments selon profils, comportements et potentiel commercial
- Définir des critères de Lead Scoring et Account Scoring
- Identifier les prospects prioritaires pour les équipes commerciales

5 / Déployer le Marketing Automation

Maroc Performance

- Concevoir des campagnes automatisées de nurturing
- Déclencher des communications selon les comportements des prospects
- Synchroniser les actions marketing avec le CRM et le processus commercial

6 / Concevoir des campagnes de génération de leads

- Définir les personas et ICP (Ideal Customer Profile)
- Construire des campagnes multicanales d’acquisition
- Mesurer la qualité des leads générés et leur contribution au pipeline

7 / Maîtriser le Sales Engagement

- Concevoir des séquences de prospection multicanales
- Combiner email, téléphone, réseaux sociaux et messageries professionnelles
- Personnaliser les interactions tout en industrialisant les processus

8 / Automatiser la qualification et le routage des leads

- Définir les critères MQL, SQL et opportunité
- Automatiser l’attribution des leads aux commerciaux
- Mettre en place des workflows de suivi et de relance

9 / Exploiter l’IA dans le Digital Selling

- Utiliser l’IA pour la recherche de prospects et la personnalisation
- Générer et optimiser les contenus commerciaux
- Exploiter l’IA pour l’analyse des opportunités et la priorisation des actions

10 / Intégrer CRM, Marketing Automation et Sales Engagement

- Concevoir une architecture fonctionnelle cohérente
- Synchroniser les données et événements entre les différents outils
- Éviter les silos et les doublons dans le parcours commercial

Maroc Performance

11 / Piloter le pipeline et les opportunités

- Suivre les étapes du funnel et les taux de conversion
- Identifier les opportunités à risque et les blocages commerciaux
- Mettre en place des actions correctives pour accélérer le cycle de vente

12 / Exploiter les Sales Analytics et le Revenue Intelligence

- Construire des tableaux de bord commerciaux et marketing
- Analyser CAC, conversion, velocity, win rate et contribution au pipeline
- Transformer les données en recommandations opérationnelles

13 / Mettre en place une gouvernance de la donnée commerciale

- Définir les règles de qualité, propriété et mise à jour des données
- Contrôler les accès et protéger les informations clients et prospects
- Assurer la conformité des pratiques de collecte et d'utilisation des données

14 / Piloter la performance et l'amélioration continue

- Définir une stratégie Digital Selling intégrée et évolutive
- Mesurer le ROI des différents canaux et automatisations
- Optimiser en continu acquisition, engagement, conversion et fidélisation

Maroc Performance

⚗ Approche pédagogique

- ✔ Support Ecrit et Projection
- ✔ Exposés Interactifs, Podcasts et Vidéos
- ✔ Brainstorming et Jeux de Rôle
- ✔ Mises en Situation pour faciliter l'assimilation
- ✔ Cas Pratiques et Labs inclus pour leur impact opérationnel
- ✔ Test de Validation des Acquis des Connaissances

Prochaines dates programmées

12 au 25 Jan. 2027	Présentiel - Casablanca
08 au 19 Mars 2027	Présentiel - Casablanca
03 au 14 Mai 2027	Présentiel - Casablanca
28 Juin au 09 Juil. 2027	Présentiel - Casablanca
23 Août au 03 Sep. 2027	Présentiel - Casablanca

Autres dates possibles sur demande. Contactez-nous pour organiser une session intra-entreprise.

Réservation & Renseignements

Téléphone : +212 522 247 210
Email : contact@maroc-performance.com
Web : https//www.maroc-performance.com

Maroc Performance — Tous droits réservés

Maroc Performance