

Dark Social et attribution B2B : mesurer l'impact de WhatsApp, Telegram et des communautés privées sur le pipeline

Lien : https://maroc-performance.com/formation/dark-social-et-attribution-b2b-mesurer-limpact-de-whatsapp-telegram-et-des-communautes-privees-sur-le-pipeline

DURÉE
5 jours (35h)

RÉFÉRENCE
MAR92

CATÉGORIE
Web Analytics et Tracking

Maroc Performance

🎯 OBJECTIFS DE LA FORMATION

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

- ✔ Comprendre les mécanismes du Dark Social et son influence sur les parcours d’achat B2B.
- ✔ Identifier les interactions générées par WhatsApp, Telegram, messageries privées et communautés professionnelles.
- ✔ Cartographier les parcours clients intégrant des points de contact difficiles à mesurer.
- ✔ Mettre en place des dispositifs de tracking adaptés aux interactions Dark Social.
- ✔ Maîtriser les principaux modèles d’attribution Marketing B2B et leurs limites.
- ✔ Intégrer les données issues des canaux privés dans les CRM et plateformes de Marketing Automation.
- ✔ Exploiter les signaux communautaires et données disponibles pour identifier les opportunités commerciales.
- ✔ Construire des KPI et dashboards permettant de mesurer l’influence du Dark Social sur le pipeline.
- ✔ Évaluer la contribution et le ROI des actions menées sur les canaux privés et communautaires.
- ✔ Élaborer une stratégie Dark Social permettant d’améliorer durablement la génération et la conversion du pipeline B2B.

👥 POUR QUI ?

- ✔ Directeurs marketing et responsables Marketing B2B.
- ✔ Responsables Demand Generation, Growth Marketing et acquisition digitale.
- ✔ Responsables CRM, Marketing Automation et Customer Data.
- ✔ Responsables Social Media, Community Management et communautés professionnelles.
- ✔ Responsables communication digitale et stratégie de contenu B2B.
- ✔ Responsables commerciaux, Business Development et Sales Operations.
- ✔ Responsables Revenue Operations (RevOps) et pilotage du pipeline.
- ✔ Data Analysts, Marketing Analysts et spécialistes de l’attribution marketing.
- ✔ Consultants en stratégie digitale, Growth Marketing et transformation commerciale.
- ✔ Dirigeants souhaitant mesurer l’influence des conversations privées et communautés sur leur croissance commerciale.

Maroc Performance



Programme détaillé

1 / Fondamentaux du Dark Social dans le marketing B2B

- Comprendre les mécanismes du Dark Social et les interactions non directement visibles dans les outils d'Analytics.
- Identifier le rôle de WhatsApp, Telegram, messageries privées et communautés professionnelles dans le parcours d'achat B2B.
- Analyser l'influence des recommandations, partages privés et conversations communautaires sur la génération de leads.

2 / Parcours d'achat B2B et points de contact invisibles

- Cartographier les parcours clients intégrant des interactions privées et communautaires.
- Identifier les étapes où les prospects découvrent, évaluent et recommandent une marque hors des canaux mesurables.
- Relier les interactions Dark Social aux différentes étapes du funnel et du pipeline commercial.

3 / WhatsApp et génération de leads B2B

- Identifier les usages de WhatsApp dans la prospection, la recommandation et la relation commerciale.
- Mettre en place des mécanismes permettant d'identifier les leads provenant des conversations privées.
- Intégrer les interactions WhatsApp dans les processus CRM et le suivi des opportunités.

4 / Telegram et communautés privées professionnelles

- Analyser le rôle des groupes Telegram et communautés spécialisées dans l'influence B2B.
- Identifier les communautés à fort potentiel de génération de demande et d'opportunités commerciales.

Maroc Performance

- Développer des stratégies d’animation, de contenu et d’engagement adaptées aux communautés privées.

5 / Tracking et traçabilité des interactions Dark Social

- Utiliser les UTM, liens personnalisés, landing pages et formulaires pour améliorer la traçabilité.
- Concevoir des dispositifs permettant de relier les campagnes aux leads et opportunités générés.
- Mettre en place une collecte de données respectueuse de la confidentialité et des règles de protection des données.

6 / Modèles d’attribution Marketing B2B

- Maîtriser les modèles First-Touch, Last-Touch, Multi-Touch et Position-Based Attribution.
- Identifier les limites des modèles classiques face aux interactions privées et communautaires.
- Construire une approche d’attribution permettant de mesurer la contribution réelle des différents points de contact.

7 / CRM, Marketing Automation et intégration des données

- Connecter les données issues des campagnes, communautés, formulaires et interactions commerciales au CRM.
- Automatiser la qualification, l’enrichissement et le suivi des leads issus du Dark Social.
- Réconcilier les données Marketing et Sales pour obtenir une vision unifiée du parcours prospect.

8 / Social Listening et analyse des signaux communautaires

- Identifier les signaux d’intention, recommandations et conversations influentes autour d’une marque.
- Exploiter les données accessibles légalement pour comprendre les dynamiques des communautés professionnelles.
- Transformer les insights communautaires en actions de contenu, prospection et développement commercial.

9 / KPI, dashboards et mesure de la contribution au pipeline

- Définir les KPI permettant de mesurer leads, opportunités, conversions et revenus influencés par le Dark Social.

Maroc Performance

- Construire des dashboards reliant les activités communautaires aux performances Marketing et Sales.
- Mesurer la contribution et le ROI des canaux privés dans la création et l’accélération du pipeline.

10 / Stratégie Dark Social et croissance B2B

- Construire une stratégie Dark Social intégrée au dispositif global de Demand Generation.
- Optimiser l’articulation entre canaux publics, messageries privées, communautés et équipes commerciales.
- Élaborer une feuille de route permettant d’améliorer la mesure, l’influence et la conversion du pipeline B2B.

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

15 au 19 Fév. 2027	Présentiel - Casablanca
12 au 16 Avr. 2027	Présentiel - Casablanca
07 au 11 Juin 2027	Présentiel - Casablanca
02 au 06 Août 2027	Présentiel - Casablanca
27 Sep. au 01 Oct. 2027	Présentiel - Casablanca

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

Maroc Performance

🎧 Réservation & Renseignements

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

Document généré le 18/11/2026 — Réf : MAR92
Maroc Performance — Tous droits réservés

Maroc Performance