

Construire une stratégie orientée CRO (Conversion Rate Optimization)



Thibaut Baron
Fondateur / Consultant
Fondateur de Gtec et spécialiste du marketing de l'IT

Public visé : manager marketing, manager commercial, top management

Durée : 40h

Prix : 5200€ HT

Prérequis : il est recommandé d'avoir en présence les responsables marketing et commerciaux

Modalités : possibilité de choisir une partie seulement des ateliers

Méthodes pédagogiques : workshops, exercices, cas pratiques

Évaluation des acquis : quizz et/ou questionnaire

Objectifs Comprendre le cycle de vie du lead et les taux de conversion à chaque étape.

Savoir qualifier les prospects et organiser le passage du marketeur au commercial.

Utiliser et actionner les bons leviers (Marketing Automation, Sales Automation, LinkedIn, CRM, etc.)

Optimiser sa stratégie CRO tout au long de l'année.

1. Analyse de l'existant

- Etat des lieux des processus et ressources
- Etat des lieux de l'environnement omnicanal existant
- Audit et analyse de l'écosystème global existant

2. Recommandations et mise en oeuvre opérationnelle

- Restitution, recommandations, validation du plan d'action
- Alignement Marketing & Ventas
- Construire les scénarios nurturing
- Intégration des scénarii dans l'outil MA
- Optimiser l'écosystème digital
- Inside Sales Management

3. Suivi opérationnel

- Suivi et analyse
- Bilan, recommandations et ajustements

4. Options

- Personae & SEO
- Sélection, intégration, formation aux outils
- Intégration des scénarios dans l'outil de Marketing Automation par l'account manager dédié
- Télémarketing et qualification de projets IT



Gtec nous a accompagnés pour l'optimisation de nos méthodes et supports. Leur pédagogie, la clarté des recommandations et leur professionnalisme en font une ressource indispensable à notre amélioration. **Laurence Chapuis, INAGUA (2023)**

