FORMATIONS AUX LOGICIELS > GESTION ET ANALYSE DES CAMPAGNES PUBLICITAIRES DIGITALES

CRM et automatisation Marketing (Hubspot, Salesforce, Mailchimp)

Gérer les prospects et optimiser les conversions.

DURÉE **De 7 h à 35 h selon votre besoin**	MODALITÉ **Présentiel, intra-entreprise**	LIEU **Dans vos locaux**
EFFECTIF **1 à 12 stagiaires**	HORAIRES **9h – 12h30 / 13h30 – 17h**	TARIF **Inter : 490 € HT par participant et par jour · Intra : sur devis**

1 Objectifs pédagogiques

Objectif général : gérer les prospects et optimiser les conversions.

Objectifs opérationnels : à l'issue de la formation, le stagiaire sera capable de :

- Automatiser les campagnes publicitaires par email
- Segmenter les audiences et personnaliser les interactions.

2 Public visé et prérequis

Public : Dirigeants, salariés et indépendants exerçant dans le secteur « Publicité ».

Prérequis : Aucun. Un test de positionnement est réalisé avant la formation.

3 Contenu de la formation

Module 1 — Fondamentaux du CRM et du marketing automation

- Rôle du CRM dans la relation prospect et client
- Cycle de vie du contact et entonnoir de conversion
- Panorama comparé de HubSpot, Salesforce et Mailchimp
- Qualité des données et règles de saisie
- Collecte du consentement et cadre RGPD

Module 2 — Gestion des contacts et segmentation

- Import, déduplication et enrichissement des fiches
- Propriétés personnalisées et listes dynamiques
- Segmentation par comportement, intérêt et étape d'achat
- Lead scoring et qualification des prospects
- Formulaires et pages de capture

Module 3 — Campagnes email et scénarios automatisés

- Conception de newsletters et de modèles d'emails
- Scénarios automatisés : bienvenue, relance, réactivation

- Personnalisation des contenus et champs dynamiques
- Délivrabilité et bonnes pratiques d'envoi
- Tests A/B sur objets et contenus

Module 4 — Mesure et mise en pratique

- Indicateurs : ouverture, clic, conversion, désinscription
- Rapports et tableaux de bord dans le CRM
- Alignement entre marketing et équipe commerciale
- Cas pratique : parcours automatisé de conversion pour un annonceur
- Recommandations d'optimisation et plan d'action

4 Méthodes et moyens pédagogiques

- Apports théoriques illustrés par des exemples concrets
- Études de cas pratiques issues de situations réelles
- Mises en situation et jeux de rôle
- Exercices individuels et en sous-groupes
- Remise de fiches-outils opérationnelles

5 Modalités d'évaluation

- Avant la formation : questionnaire d'analyse des besoins et test de positionnement
- Pendant : quiz de validation des acquis et évaluation des mises en pratique
- En fin de formation : test d'évaluation des acquis et questionnaire de satisfaction
- À froid : questionnaire de mise en application 2 à 3 mois après la formation
- Remise d'une attestation de fin de formation et d'un certificat de réalisation

6 Accessibilité

Nos formations sont accessibles aux personnes en situation de handicap. Merci de nous signaler, avant l'inscription, tout besoin d'adaptation (matériel, logistique, rythme) : notre référent handicap étudie avec vous les solutions possibles.

Référent handicap : Olivia MARCIANO — contact@olimagroup.fr

7 Profil du formateur

Formateur expert du domaine, disposant d'une expérience professionnelle confirmée et de compétences pédagogiques en formation d'adultes. CV transmis sur demande.

8 Modalités et délais d'accès

Formation accessible sous 7 jours ouvrés minimum après l'analyse du besoin et la signature de la convention, sous réserve de l'accord de prise en charge de votre OPCO.

9 Indicateurs de résultats

Taux de satisfaction global 2026 : 98 % — 1 226 stagiaires formés, 9 780 heures de formation dispensées.
Programme mis à jour le 05/10/2026.

Inscription et devis
Olivia MARCIANO · 01 89 62 90 08 · 06 27 22 00 30
contact@olimagroup.fr · olimagroup.fr

Prise en charge possible par l'OPCO de votre entreprise selon ses critères.
Programme adaptable à vos besoins après analyse préalable.