

	Programme formation : Formation marketing digital et tunnel de vente
	Version 1 du 05/08/24

Public visé :

Entrepreneurs et chefs d'entreprise, Vendeurs, Commerciaux, Managers commerciaux

Pré requis :

Pas de requis nécessaire

Objectif(s) pédagogique (s)

Savoirs :

- Maîtrise du Marketing Digital et des réseaux sociaux
- Connaissance technique d'un tunnel de vente (la Méthode IDM)
- Comprendre les indicateurs de performance (KPI) et tester les taux de conversion

Savoir-faire :

- Identifier, qualifier et suivre efficacement les leads
- Créer une page de vente sur internet et maîtriser les plateformes digitales en relation avec le tunnel de vente
- Fabriquer et monter des vidéos captivantes et qualifiantes ainsi que les scripts qui s'y intègrent

Durant la formation, le stagiaire apprendra :

- A maîtriser les étapes clés de la prospection digitale et à gérer les leads.
- A utiliser les outils informatiques que contient le Tunnel de vente
- A optimiser son efficacité commerciale en s'appuyant sur une technique novatrice dans le domaine de l'immobilier

À l'issue de la formation, le stagiaire sera capable de :

- Créer et exécuter un tunnel de vente digital seul
- Adapter celui-ci en fonction des différents taux de conversion des étapes du tunnel
- Avoir une autorité sur les réseaux sociaux optimale

Durée et modalité d'organisation :

- Dates : A définir
- Horaires : 8h30- 12h30 / 13h30-17h30 soit 8h de formation par jour
- Durée : 5 jours - 40h de formation
- Organisation : en présentiel
- Taille du groupe : de 1 à 10 personnes

Lieu :

En intra-entreprise

Accessibilité :

Pour toute situation de handicap merci de nous contacter pour envisager la faisabilité.

Nous nous engageons à analyser les aménagements possibles suivant la formation choisie. Les solutions sont aménagées au cas par cas, notamment :

- Tiers-temps ;
- Choix de la modalité en présentiel ou distanciel selon les besoins de la personne.

Les aménagements n'auront pas pour but de modifier le contenu des épreuves d'évaluation et garantiront le maintien du niveau de maîtrise des compétences requis.

Délai d'accès :

Le bénéficiaire doit retourner tous les documents 5 jours avant le début de la formation

Tarifs :

3990€ Net de taxes

Déroulé / contenu de la formation :

Intitulé de la formation :	Formation marketing digital et tunnel de vente
Durée de la	5 jours de 8h30 à 12h30 et de 13h30 à 17h30 : 8h de formation par jour Soit 40h de formation au total

formati on :						
Présent ation globale de la formati on :	Cette action de formation a pour objectif professionnel pour les apprenants de développer et renforcer leurs compétences en marketing digital et création de tunnel de ventes. L'équipe commerciale de la société LCM apprendra à maîtriser la méthode approuvée et certifiée en marketing digital et tunnel de vente de la société IDM, faire le suivi et relance de leads, le setting/closing, la gestion du trafic digital, créer une page de vente internet, faire et monter des vidéos qui captent et qualifient le futur prospect, maîtriser les réseaux sociaux, créer des scripts de vente digitaux percutants, maîtriser le gestionnaire de Pub Meta et les différentes plateforme intégrant le tunnel (Calendly, Notion, Zapier, System IO, google Meet, etc...), apprentissage sur la base du copyrighting, séquence d'e-mailing et News letters. Maîtrise des différents indicateurs de performance (KPI), connaissance et analyse des SEO et SEA (référencement naturel, mise en place de partenariat digitaux et marketing d'influence. Enfin gérer et modérer les Haters. A l'issue de la formation, les apprenants seront capables d'adopter une approche stratégique de vente en marketing digital en créant une base de données de Leads destinées à vendre son produit, cela en maximisant les taux de conversion de chaque étape du tunnel de vente.					
Objectif s et compét ences visées :	Maîtriser la prospection commerciale digital					
	Développer des techniques de prise de contact performantes					
	Maîtriser les techniques de vente fondamentales pour augmenter les conversions					
	A maîtriser les étapes clés de la prospection digital et à gérer les leads					
	A utiliser les outils informatiques que contient le Tunnel de vente					
	Avoir une autorité sur les réseaux sociaux optimale et maîtriser les nouveaux outils IA					
Niveau pré requis des stagiaire s :	Pas de pré-requis nécessaires					
Séquence (par demi-jour née)	Contenu détaillé	Dur ée en heu res	Méthode pédagogiqu e utilisée	Outils et supports	Organisatio n pédagogiq ue	Objectif de la séquence
Jour 1 Matin	<u>Jour 1 : IDM Funnels</u> 08h30 – 10h00 : Accueil et présentation du programme ● Introduction de la formation. ● Présentation des participants. ● Présentation du formateur et des Objectif.	4	Apports théoriques, Mise en situation, expérimentation des participants et participation active	Ordinateur, vidéoprojecteur, appareil photo caméra, Bloc-note-stylo-clé USB pour chaque participant, support pdf	Salle de formation	Maîtriser la prospection commerciale

	10h00 – 10h45 : Module 1 (Partie 1/2) - La méthode tunnel de vente • IDM Funnels (qu'est-ce qu'un tunnel de vente). • La méthode IDM Funnels. 10h45 – 11h00 : Pause 11h00 – 12h30 : Module 1 (Partie 2/2) – Les étapes du tunnel de vente • Déterminer sa niche et son persona. • Les dix critères et les 3 Pourquoi de son persona. • Créer une offre irrésistible. 12h30 – 13h30 : Pause déjeuner					
Jour 1 Après-midi	13h30 – 15h00 : Module 2 - Le comportement du vendeur • Les vidéos captivantes (courte). • La vidéo qualifiante (longue) • La méthode Aida 15h00 – 15h15 : Pause • Création des scripts des vidéos courtes et longues 16h00 – 17h00 : Ateliers pratiques • Exercice : contrôle des scripts 17h00 – 17h30 : Débriefing et questions • Retour sur apprentissage et questions réponses	4	Apports théoriques, Mise en situation, expérimentation des participants et participation active	Ordinateur, vidéoprojecteur, appareil photo caméra, Bloc-note-stylo-clé USB pour chaque participant, support pdf	Salle de formation	Développer des techniques de prise de contact performantes
Jour 2 Matin	<u>Jour 2 : Les Vidéos DIGITALS</u> 08h30 – 09h30 : Récapitulatif du Jour 1 et présentation des objectifs de la journée	4	Apports théoriques, Mise en situation, expérimentation des participants	Ordinateur, vidéoprojecteur, appareil photo caméra, Bloc-note-stylo-clé USB pour chaque	Salle de formation	Maîtriser les techniques de vente fondamentales pour augmenter

	09h30 – 12h30 : Module 3 Fabrication des vidéos - Création des vidéos courtes (captivante) 10h45 – 11h00 : Pause 12h30 – 13h30 : Pause déjeuner		s et participation active	participant, support pdf		les conversions
Jour 2 Après-midi	13h30 – 15h00 : - Création de vidéo longue 15h00 – 15h15 : Pause 15h15 – 16h00 : - Maîtrise du logiciel de montage vidéo capcut 16h00 – 17h00 : Ateliers pratiques - Cas pratique 17h00 – 17h30 : Débriefing et questions - Retour sur les apprentissages de la journée - Réponses aux questions des participants.	4	Apports théoriques, Mise en situation, expérimentation des participants et participation active	Ordinateur, vidéoprojecteur, appareil photo caméra, Bloc-note-stylé USB pour chaque participant, support pdf	Salle de formation	Répondre aux objections et défendre efficacement la valeur d'un produit
Jour 3 Matin	<u>Jour 3 : Le trafic digital</u> 08h30 – 09h30 : Récapitulatif du Jour 2 et objectifs de la journée 09h30 – 10h45 : Module 4 – Gestion du trafic digital - Le suivi et les relances de leads. - Le setting closing - Le trafic digital niveau 1 - GMB Notoriété digital 10h45 – 11h00 : Pause	4	Apports théoriques, Mise en situation, expérimentation des participants et participation active	Ordinateur, vidéoprojecteur, appareil photo caméra, Bloc-note-stylé USB pour chaque participant, support pdf	Salle de formation	Utiliser les neurosciences pour améliorer la gestion du stress et du changement

	11h00 – 12h30 : Module 5 – Les logiciels et plateforme • Connaissance et maitrise de base de Chat GPT, Google Meet, Zapier, Calendly, System IO • Cas pratique création d'une page de vente sur System IO. 12h30 – 13h30 : Pause déjeuner					
Jour 3 Après-midi	13h30 – 15h00 : Module 6 – Gestion et back office de la campagne de pub • Le copyrighting et les news laters • Etudes des taux de conversion 15h00 – 15h15 : Pause 15h15 – 17h00 : • Maitrise du gestionnaire de pub META • Gestion des Haters 17h00 – 17h30 : Cas pratique et mise en situation	4	Apports théoriques, Mise en situation, expérimentation des participants et participation active	Ordinateur, vidéoprojecteur, appareil photo caméra, Bloc-note-stylo-clé USB pour chaque participant, support pdf	Salle de formation	Optimiser l'énergie et les stratégies pour atteindre ses objectifs

Séquence (par demi-jour née)	Contenu détaillé	Durée en heures	Méthode pédagogique utilisée	Outils et supports	Organisation pédagogique	Objectif de la séquence
Jour 4 Matin	Jour 4 :Marketing digital niveau 2 8h30 – 10h45 : Module 7 (Partie 1/2) - La méthode tunnel de vente • Maîtrise des canaux digitaux • Créer et fédérer une communauté autour d'une marque 10h45 – 11h00 : Pause 11h00 – 12h30 : Module 7 (Partie 2/2) – Les étapes du tunnel de vente • Partenariat et marketing d'influence • Google SEA • Les news letters et messagerie instantanée 12h30 – 13h30 : Pause déjeuner	4	Apports théoriques, Mise en situation, expérimentation des participants et participation active	Ordinateur, vidéoprojecteur, appareil photo caméra, Bloc-note-stylo-clé USB pour chaque participant, support pdf	Salle de formation	Maîtriser la prospection commerciale
Jour 4 Après-midi	13h30 – 15h00 : Module 8 – maîtrise des réseaux sociaux (gratuit et ads) • Pinterest • Facebook • Instagram 15h00 – 15h15 : Pause 1. Youtube 2. Twitter X 3. Tiktok 4. Snapchat 5. Télégram 17h00 – 17h30 : Mise en situation et questions • Exercice sur un réseaux préférentiel du client et retour sur apprentissage de la journée	4	Apports théoriques, Mise en situation, expérimentation des participants et participation active	Ordinateur, vidéoprojecteur, appareil photo caméra, Bloc-note-stylo-clé USB pour chaque participant, support pdf	Salle de formation	Développer des techniques de prise de contact performantes

Jour 5 Matin	<u>Jour 5 : Les nouvelles techniques digital</u> 08h30 – 09h30 : Récapitulatif du Jour 1 et présentation des objectifs de la journée 09h30 – 10h45 : Module 9 les nouvelles techniques de marketing digital • Les partenariats digitaux • Mise en place un concours multinacal • Mise en place d'un programme d'affiliation • Technique et marketing d'influence 10h45 – 11h00 : Pause 11H00 – 12h30 - Le site internet optimal de l'entreprise - Politique RGPD irréprochable - Analyse du site internet et son référencement naturel 12h30 – 13h30 : Pause déjeuner	4	Apports théoriques, Mise en situation, expérimentation des participants et participation active	Ordinateur, vidéoprojecteur, appareil photo caméra, Bloc-note-stylo-clé USB pour chaque participant, support pdf	Salle de formation	Maîtriser les techniques de vente fondamentales pour augmenter les conversions
Jour 5 Après-midi	13h30 – 15h00 : Module 10 : IA dans l'entreprise • Canva le logiciel marketing • Le chat bot autonome (le bon prompt) • Limova les assistants IA 15h00 – 15h15 : Pause 15h15 – 17h00 : • Questionnaire QCM sur la formation complète par module • Bilan de fin de formation	4	Apports théoriques, Mise en situation, expérimentation des participants et participation active	Ordinateur, vidéoprojecteur, appareil photo caméra, Bloc-note-stylo-clé USB pour chaque participant, support pdf	Salle de formation	Répondre aux objections et défendre efficacement la valeur d'un produit

	17h00 – 17h30 : Débriefing et questions • Enquête satisfaction client • Remise de la certification en IDM Funnels (Marketing digital et tunnel de vente)					
	temps total de la formation	40				

Moyen d'encadrement : (Formateur) :

Julien Delaunay, directeur commercial avec plus de 17 ans d'expérience dans la gestion d'équipes et la vente, est un formateur spécialisé dans les techniques de vente. Son expertise technique couvre la prospection, la création de leads, et l'utilisation de CRM pour le suivi des dossiers. En tant que manager chevronné, il a dirigé des équipes commerciales dans plusieurs agences, atteignant des objectifs ambitieux. Doté d'une réelle aisance relationnelle et d'une forte capacité à motiver et former, il excelle à transmettre des compétences pratiques et stratégiques, tout en favorisant un apprentissage dynamique basé sur des mises en situation concrètes.

Le formateur est disponible à l'adresse suivante: idm.normandie@gmail.com

Délai de réponse de 48h

Méthodes mobilisées : (Moyens pédagogiques et techniques)

Moyens techniques :

- Salle de formation, Ordinateur, vidéoprojecteur, appareil photo caméra, bloc-note-stylos-clé USB pour chaque participant, support pdf

Moyens pédagogiques :

- Face à face pédagogique avec le formateur
- Répartition pédagogique : 60% de théorie et 40% de pratique
- Mise en situation, expérimentation des participants et participation active

Modalités de suivi et d'évaluation :

Modalité de suivi :

- Feuilles d'émargement par demi-journées

Modalité d'évaluation :

Avant la formation : Test de positionnement sous forme de QCM pour tester ses connaissances

Pendant la formation : Évaluation à chaud sous forme d'une question ouverte et de mise en situation pour voir l'évolution des acquis (à l'issue de la mise en situation devra faire la réponse à l'objection)

Après la formation : Évaluation à froid sous forme d'entretien téléphonique

Réussite si plus de 60% de réponses correctes à l'évaluation à chaud