



PROGRAMME DE FORMATION

Concevoir et Automatiser des Tunnels de Vente Performants

immeuble Ordinal-508 F
12 Rue des chauffours, 95000 Cergy

PULSAR WEB
CONSULTING

Modalités d'admission et de déroulement

Pour toutes nos formations, merci de vous inscrire par courrier, par mail, par téléphone. Votre demande d'inscription sera traitée dans un délai de deux jours ouvrés. Toute commande de formation doit faire l'objet d'une confirmation écrite et suppose que le client accepte le contenu du stage et les prérequis, dont il s'engage à avoir eu connaissance. La formation ne pourra débuter qu'au moins après les 10 jours calendaires suivant la réception du bon de commande.

Lieu de la formation

La formation se déroule en présentiel au région parisienne

Accessibilité pour les personnes en situation de handicap :

Cette formation est accessible aux personnes en situation de handicap. Le référent en la matière se tient à votre écoute pour évaluer puis préciser votre projet de formation et anticiper les éventuels aménagements à réaliser pour vous accueillir.

Contact : pulsarweb.consulting@gmail.com

Délai et modalités d'accès

Le délai d'accès à la formation est de 10 à 20 jours suite à l'inscription auprès du référent pédagogique.



Prérequis d'accès à la formation

- Maîtrise des bases commerciales et marketing
- Connaissance des outils digitaux recommandée
- Utilisation basique d'un CRM ou d'un outil emailing appréciée

Public concerné

Commerciaux, business developers, responsables marketing digital, chargés de CRM, entrepreneurs, consultants, responsables acquisition, traffic managers et toute personne souhaitant optimiser et automatiser un tunnel de vente.



Objectifs et compétences visées

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

- Analyser un tunnel de vente existant afin d'identifier les points de friction et améliorer le taux de conversion
- Concevoir des campagnes d'email marketing et de relance automatisées
- Mettre en œuvre des scénarios de nurturing et de suivi personnalisés
- Automatiser les processus commerciaux via CRM
- Optimiser l'engagement des leads inbound et outbound
- Mesurer les KPI commerciaux afin de piloter la performance du tunnel de vente

Méthodes pédagogiques mobilisées

- Présentiel interactif : échanges, retours d'expérience et analyse de pratiques
- Supports multimédias : démonstrations CRM, tunnels de vente, automatisations
- Études de cas : analyse de funnels et optimisation des conversions
- Ateliers pratiques : création de scénarios automatisés et workflows CRM
- Accompagnement individualisé : feedback personnalisé
- Évaluations formatives : quiz, cas pratiques et débriefings



Durée

14 heures

Tarif

800 € TTC



Programme de formation détaillé

Jour 1 : Concevoir un tunnel de vente performant

08h00 – 08h30 : Introduction

- Présentation des participants
- Recueil des attentes
- Objectifs et déroulé de la formation

08h30 – 10h00 : Comprendre le tunnel de vente digital

- Les étapes clés du funnel de conversion
- Différence entre inbound et outbound marketing
- Les comportements et parcours des prospects
- Les indicateurs clés de performance

10h00 – 10h15 : Pause

10h15 – 12h00 : Analyser et optimiser un tunnel de vente

- Cartographier le parcours prospect
- Identifier les points de friction
- Optimiser les pages et les appels à l'action
- Améliorer le taux de conversion global

12h00 – 13h30 : Pause déjeuner

13h30 – 15h00 : Concevoir des campagnes automatisées

- Structurer une séquence d'email marketing
- Créer des scénarios de nurturing
- Personnaliser les relances commerciales
- Segmentation et scoring des leads

15h00 – 15h15 : Pause

15h15 – 17h00 : Atelier pratique #1

- Analyse d'un tunnel de vente existant
- Construction d'un workflow automatisé
- Création d'une campagne email
- Feedback et recommandations

Jour 2 : Automatiser et piloter la performance commerciale

08h00 – 08h30 : Retour sur la journée 1

- Échanges et ajustements

08h30 – 10h00 : Automatisation CRM et relance commerciale

- Paramétrage des automatisations CRM
- Relances automatiques et tâches intelligentes
- Synchronisation marketing et commerciale
- Réduction des tâches à faible valeur ajoutée

10h00 – 10h15 : Pause

10h15 – 12h00 : Optimiser l'engagement des leads

- Personnalisation des interactions
- Stratégies de suivi inbound et outbound
- Automatisation du lead nurturing
- Fidélisation et réactivation des prospects

12h00 – 13h30 : Pause déjeuner

13h30 – 15h00 : Mesurer et piloter les KPI commerciaux

- Analyse des taux de conversion
- Mesure du cycle de vente
- Suivi du panier moyen et du ROI
- Création de tableaux de bord de pilotage

15h00 – 15h15 : Pause

15h15 – 17h00 : Évaluation finale et clôture

- Mise en situation globale
- Analyse d'un funnel automatisé
- Évaluation des compétences
- Feedback personnalisé
- Plan d'action individuel

Méthodes d'évaluation

Évaluation finale sous forme de mise en situation professionnelle complète : chaque participant devra analyser un tunnel de vente existant, identifier les points de friction et proposer des optimisations adaptées aux objectifs commerciaux.