CRÉATION DE CONTENUS

# Inbound marketing : attirer, convertir et nourrir ses contacts jusqu'à la vente

La prospection sortante s'essouffle et les contenus publiés ne produisent pas de contacts : articles sans lien avec les questions des acheteurs, formulaires placés au mauvais moment, contacts transmis au commerce sans indication de maturité. Marketing et vente se renvoient alors la responsabilité des rendez-vous manqués. Deux jours pour construire un dispositif complet : comprendre le parcours d'achat, produire des contenus qui répondent à des questions précises, capter les contacts au bon moment et organiser leur suivi jusqu'au passage au commerce. La progression convient aussi bien à un premier dispositif qu'à la reprise d'un existant.

| DURÉE | MODALITÉ | TARIF | DÉLAI D'ACCÈS |
|---|---|---|---|
| **2 jours — 14 h** | **Présentiel ou à distance** | **À partir de 1 590 € HT** | **11 jours ouvrés après validation du financement.** |

Mon Pôle Formation est un organisme certifié Qualiopi. La certification qualité a été délivrée au titre de la catégorie d'action suivante : **ACTIONS DE FORMATION** — certificat n° 76 31 02622 31 (SGS ICS)

## 01 Public visé et prérequis

**PUBLIC VISÉ**
Responsables et chargés de marketing dirigeants de petites structures et commerciaux qui souhaitent générer des contacts par le contenu.

**PRÉREQUIS**
Aucun prérequis

**POSITIONNEMENT À L'ENTRÉE**
Analyse du besoin et test de positionnement. Vos réponses sont partagées avec votre formateur afin d'adapter la formation à votre niveau et votre contexte professionnel.

## 02 Objectifs pédagogiques

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

- Décrire le parcours d'achat de sa cible et les questions de chaque étape
- Construire un plan de contenus aligné sur ces étapes
- Concevoir un contenu à télécharger et son formulaire de captation
- Organiser le suivi des contacts jusqu'à leur transmission au commerce
- Définir les indicateurs de suivi du dispositif

## 03 Programme détaillé

### M1 Parcours d'achat et profils d'acheteurs

- Écrire pour des questions réelles
- Décrire les profils d'acheteurs et leurs déclencheurs
- Repérer les questions posées à chaque étape
- Distinguer besoin latent et intention d'achat
- Vérifier ses hypothèses auprès des commerciaux
- Cas pratique : Reconstitution du parcours d'achat d'un client récent à partir des informations disponibles.

### M2 Produire et diffuser les contenus

- Être trouvé au moment de la recherche
- Choisir les formats selon l'étape du parcours
- Travailler les sujets et les intentions de recherche
- Planifier la production sur un trimestre
- Diffuser au-delà du site sans tout recommencer
- Atelier : Construction d'un plan de contenus trimestriel avec sujets formats et canaux.

### M3 Convertir les visiteurs en contacts

- Demander au bon moment
- Concevoir un contenu à télécharger à forte valeur
- Doser les champs d'un formulaire
- Placer les appels à l'action dans les pages
- Recueillir le consentement et informer sur l'usage des données
- Atelier : Rédaction d'une page de captation et de son formulaire pour un contenu à télécharger.

### M4 Maturation et passage au commerce

- Ne pas perdre les contacts en route
- Construire une séquence d'emails de maturation
- Définir des critères de maturité partagés avec le commerce
- Organiser la transmission et le retour d'information
- Suivre le dispositif avec quelques indicateurs
- Mise en situation : Négociation entre marketing et commerce des critères de transmission d'un contact.

## 04 Modalités pédagogiques, méthodes et moyens

**MODALITÉS PÉDAGOGIQUES**
Présentiel ou à distance

**LIEU / FORMAT**
Dans vos locaux — jusqu'à 10 collaborateurs, Paris — Présentiel, À distance — Classe virtuelle

**MÉTHODES MOBILISÉES**
• Apports théoriques, ateliers et cas pratiques. Support de cours numérique et fiches méthodes fournis.

**ENCADREMENT**
Formateurs qualifiés et expérimentés, experts de leur domaine, sélectionnés par Mon Pôle Formation.

## 05 Modalités d'évaluation et de suivi

**ÉVALUATION DES ACQUIS**
• QCM et mises en situation. Évaluation des acquis en début et en fin de parcours, évaluation à chaud et à froid à 60 jours.

**SUIVI DE L'EXÉCUTION**
• Émargement des participants
• Certificat de réalisation remis à l'issue de la formation

**SANCTION DE LA FORMATION**
Attestation de fin de formation et certificat de réalisation remis à chaque participant.

## 06 Type de reconnaissance

Formation non certifiante — Attestation de fin de formation et certificat de réalisation remis à chaque participant.

## 07 Modalités d'accès, financement et tarifs

**MODALITÉS D'INSCRIPTION**
Inscription en ligne, par téléphone, par devis ou via votre OPCO.

**DÉLAI D'ACCÈS**
11 jours ouvrés après validation du financement.

**FINANCEMENTS POSSIBLES**
- OPCO et plan de développement des compétences
- FAF et CFP
- France Travail
- Paiement jusqu'à 6 fois sans frais

**DATES / SESSIONS**
Entrées permanentes

| FORMULE | DÉTAIL | TARIF |
|---|---|---|
| Inter-entreprises | -10 % dès 2 participants, -15 % dès 3, -20 % à partir de 4 inscrits sur la même session. | **À partir de 1 590 € HT** |

Prix nets — exonération de TVA, article 261-4-4° du CGI.

## 08 Accessibilité aux personnes en situation de handicap

Accessible aux personnes en situation de handicap. Contactez notre référent handicap pour construire une solution adaptée : contact@monpoleformation.fr

**RÉFÉRENT HANDICAP**
Tiffany LESTROUBAC

**CONTACT**
contact@monpoleformation.fr

## 09 Indicateurs de résultats

| INDICATEUR | RÉSULTAT | MODALITÉS DE CALCUL |
|---|---|---|
| Taux de satisfaction | **N/A** | Moyenne des notes de satisfaction des stagiaires sur les 12 derniers mois |
| Taux d'abandon | **N/A** | Calculé sur les 12 derniers mois |

Résultats arrêtés au 26/09/2026. N/A : donnée non disponible ou effectif insuffisant sur la période.

## 10 Contacts

**INSCRIPTIONS ET INFORMATIONS**
contact@monpoleformation.fr
01 87 66 57 66

**ADRESSE**
10a rue du Maréchal de Lattre de Tassigny, 76420 Bihorel

**RÉCLAMATIONS**
Par e-mail : contact@monpoleformation.fr