

Fondamentaux du Hub Marketing

Une formation collective HubSpot



Objectif de la formation

Implémenter la méthodologie inbound et les outils du Hub Marketing de HubSpot pour attirer de nouveaux contacts et des clients, interagir avec eux et les fidéliser.

Conseillé pour

Les personnes responsables des tâches suivantes :

- Génération de leads et de MQL
- Augmentation du trafic sur le site web
- Nurturing par e-mail
- Rapports sur les performances

Niveau de la formation :

- Débutant

Abonnement recommandé

Hub Marketing Pro et Entreprise

La formation s'adresse plus particulièrement aux utilisateurs de ces produits, puisqu'ils pourront accéder à tous les outils abordés dans la démonstration, aux meilleures pratiques et aux activités prévues.

Si vous utilisez les outils gratuits ou le Hub Marketing Starter, vous pourrez utiliser un portail de formation client pendant la formation. Veillez noter que plusieurs sections couvrent des outils qui ne sont pas disponibles pour les utilisateurs des outils gratuits et de la version Starter.

Continuez pour en voir plus



S'inscrire aujourd'hui

Fondamentaux du Hub Marketing

3

jours

20

démonstrations

28

activités

14

participants

en
moyenne
en 2019



LA FORMATION EST
ASSURÉE DANS PLUS DE
80 VILLES DU MONDE

*Elle est maintenant proposée à distance
pour plus de commodité.*



S'inscrire aujourd'hui

Les formateurs HubSpot

À vos côtés à tout moment

Chaque formation offre une approche concrète. Un spécialiste HubSpot vous guide dans l'utilisation des outils marketing et le développement de vos stratégies.

Les formateurs sont tous enthousiastes et experts dans leur domaine. Ils se tiennent à votre disposition pour vous permettre d'atteindre votre plein potentiel en tant qu'utilisateur de HubSpot.





Vous êtes au cœur de la formation

HubSpot vous aide à réussir

Les équipes HubSpot savent que leurs clients sont motivés et compétents dans plusieurs domaines, et qu'ils jouent un rôle essentiel dans la réussite de leur entreprise avec HubSpot. Cette formation est idéale pour vous, que vous souhaitiez affiner vos compétences individuelles ou avoir un impact positif sur votre entreprise.

Présentation de la formation

Jour 1

- Introduction
- Objectifs marketing
- Propriétés personnalisées
- Fiches d'informations
- Buyer personas
- Parcours client
- SEO
- Groupes thématiques
- Pages piliers
- Blog
- Analytics de trafic

Jour 2

- Campagnes
- Chemins de conversion
- Formulaires
- Pages de destination
- CTA
- Chatflows
- Formulaires contextuels
- Listes
- Réseaux sociaux
- Publicités
- Écosystème des rapports

Jour 3

- E-mails
- Inscription dans un workflow
- Actions des workflows
- Types de chronologies
- Nurturing des audiences
- Objectifs du nurturing
- Fréquence d'envoi des e-mails
- Planification des e-mails
- Tests et audits
- Performances des e-mails
- Ressources de conclusion

S'inscrire aujourd'hui

Jour 1

Comment attirer de nouveaux leads sur votre site web ?

La formation commence par poser des bases solides : comprendre vos données et vos contacts, et solidifier votre stratégie inbound. Vous pourrez ensuite développer ces stratégies grâce aux outils du Hub Marketing de HubSpot. En optimisant votre site pour les moteurs de recherche, votre contenu le plus pertinent pour vos clients sera plus visible que jamais.

S'inscrire aujourd'hui

Jour 1

01

Examen de vos données

Stockez, gérez et comprenez vos données dans HubSpot.

02

Connaissance de vos acheteurs

Créez la base de votre stratégie marketing en définissant vos personas et le parcours d'achat de vos clients.

03

Optimisation pour les moteurs de recherche

Organisez le contenu de votre site et de vos articles de blog pour gagner en autorité autour de thèmes clés pertinents.

04

Compréhension des analytics du trafic du site web

Analysez la performance de votre site web et identifiez les sources de trafic et de conversion.

Jour 2

Comment convertir le trafic sur votre site web ?

Le deuxième jour est consacré à la génération de leads et à leur conversion. Vous découvrirez comment optimiser les formulaires et cibler votre audience avec des formulaires contextuels, des chatflows et des publicités plus personnalisés. Vous verrez également comment diriger plus de trafic vers vos points de conversion à l'aide des outils de publication sur les réseaux sociaux.

[S'inscrire aujourd'hui](#)



Jour 2

01 Création de campagnes

Utilisez l'outil Campagnes pour agréger les données de vos initiatives marketing courantes et établir des rapports.

02 Chemins de conversion

Découvrez plusieurs méthodes de génération de leads qui s'appuient sur les formulaires, les chatflows et les formulaires contextuels.

03 Segmentation des contacts

Segmentez votre base de contacts pour personnaliser encore davantage vos initiatives marketing avec les données des propriétés et les données comportementales.

04 Réseaux sociaux

Optimisez les interactions avec votre audience sur les réseaux sociaux pour mieux attirer et convertir de nouveaux leads.

05 Audiences des publicités

Créez des publicités plus segmentées et plus personnalisées pour vos leads en définissant des audiences dans HubSpot.

06 Écosystème des rapports

Familiarisez-vous avec les différents outils de reporting à votre disposition pour suivre vos performances marketing.



Jour 3

Comment optimiser le nurturing des leads et des clients ?

L'automatisation est clé pour gagner en productivité au quotidien. La dernière journée de la formation est consacrée à l'automatisation dans HubSpot. Vous découvrirez comment utiliser l'outil Workflows, planifier une stratégie de nurturing personnalisée et automatiser la gestion des données.

[S'inscrire aujourd'hui](#)

Jour 3

01

Création et optimisation d'e-mails

Créez des e-mails remarquables pour mieux interagir avec vos contacts.

02

Création de workflows automatisés

Découvrez les tenants et les aboutissants de Workflows, l'outil de marketing automation de HubSpot.

03

Planification d'une stratégie de nurturing

Apprenez à planifier le nurturing de vos leads et de vos clients pour développer des relations avec vos contacts.

04

Analyse de la stratégie de nurturing

Identifiez les points forts et les manques de vos tactiques de nurturing.

« J'ai suivi cette formation à plusieurs reprises avec des entreprises différentes, à quelques années d'écart, et la façon dont elle a évolué est vraiment impressionnante. Les formateurs ont toujours été excellents et le format actuel est vraiment idéal. Il existe un bon équilibre entre théorie et pratique, et chaque module contient la bonne quantité d'informations, avec un mélange adéquat entre technologie, meilleures pratiques et stratégie de contenu.

La formation est bien plus avantageuse que la simple lecture de la documentation disponible en ligne. Suivre à nouveau cette formation s'est révélé être un très bon investissement. Excellent travail, ne changez rien. Merci ! »

Alyssa Galeros Keefe
Directrice marketing



[S'inscrire aujourd'hui](#)



« J'ai beaucoup apprécié la formation consacrée aux fondamentaux du Hub Marketing. Le format du cours est idéal, à la fois éducatif et ludique. Je me sens bien plus à l'aise maintenant que j'ai acquis à la fois un ensemble de compétences et les meilleures pratiques en la matière. »

Jenna Connolly
Directrice des comptes



[S'inscrire aujourd'hui](#)



« La formation était incroyable. Informatrice,
pédagogique et aussi très agréable. Je suis ravie de
l'avoir suivie. »

Karly Field
Directrice marketing

NXTsoft

S'inscrire aujourd'hui



« Une formation de qualité qui m'a offert une bonne présentation du logiciel et de ce qu'il permet de faire. Je débute avec ce produit, mais je me sens maintenant bien mieux équipé pour utiliser et prendre en charge l'application. »

Elzia Sekou
Ingénieur responsable des
applications



S'inscrire aujourd'hui

FAQ



À qui cette formation profite-t-elle le plus ?

Quels sont les types d'abonnement les mieux adaptés à cette formation ?

Hub Marketing Pro et Entreprise

La formation s'adresse plus particulièrement aux utilisateurs de ces versions, puisqu'ils pourront accéder à tous les outils abordés dans la démonstration, aux meilleures pratiques et aux activités prévues.

Outils gratuits et Hub Marketing Starter

Les utilisateurs de ces versions retireront tout de même des avantages de cette formation, puisqu'ils pourront utiliser un portail d'environnement de testing pendant la formation. Veuillez noter que plusieurs sections couvrent des outils qui ne sont pas disponibles aux utilisateurs des outils gratuits et de la version Starter.

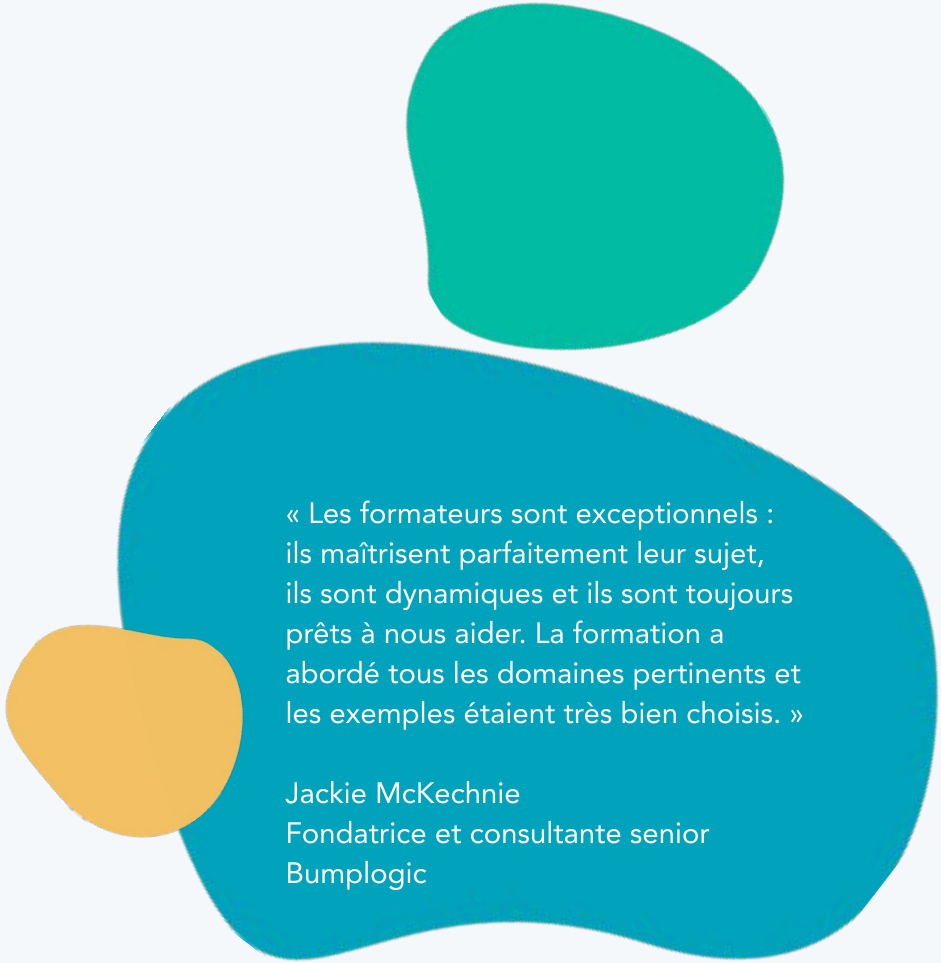


Julie Gould
Directrice marketing
mindSpark

« J'ai beaucoup appris durant ces trois jours et j'applique déjà certaines des connaissances nouvellement acquises dans mes tâches quotidiennes. »

Consultez la [page des tarifs](#) ou contactez votre CSM pour en savoir plus sur le prix des abonnements HubSpot.

S'inscrire aujourd'hui



« Les formateurs sont exceptionnels : ils maîtrisent parfaitement leur sujet, ils sont dynamiques et ils sont toujours prêts à nous aider. La formation a abordé tous les domaines pertinents et les exemples étaient très bien choisis. »

Jackie McKechnie
Fondatrice et consultante senior
Bumplogic

Comment se déroule la formation ?

Les formations de HubSpot sont dynamiques, agréables et inclusives. Et puisque chacun apprend un peu différemment, la formation contient des présentations, des démonstrations des outils, des activités pratiques et des discussions sur les meilleures pratiques. N'hésitez pas à poser des questions. Les formateurs HubSpot encouragent les conversations afin que les participants puissent partager leurs connaissances.

[S'inscrire aujourd'hui](#)

Autres questions fréquentes

Quelles sont les préparations à effectuer ?

Vous devez imaginer une offre de contenu que vos leads auraient envie de télécharger. Veuillez également disposer d'un ordinateur portable pour la formation.



La formation donne-t-elle lieu à la remise d'un certificat ?

Le diplôme de la certification pour le logiciel Hub Marketing ne vous sera pas remis automatiquement, mais cette formation vous permettra de réussir facilement son examen final.

Quel est le code vestimentaire ?

Le code vestimentaire est décontracté pour que chacun se sente à l'aise durant la formation.



Les repas sont-ils fournis ?

Un petit déjeuner léger est prévu, ainsi que du café. Vous serez libre durant la pause déjeuner, afin que vous puissiez travailler un peu ou vous restaurer.



S'inscrire aujourd'hui

Participez à une formation près de chez vous

Inscrivez-vous ici

Des questions ?

Envoyez un e-mail à customertraining@hubspot.com

HubSpot