Blue AcademIA
Blue AcademIA est une marque de BlueMarketing
contact@blueacademia.fr
www.blueacademia.fr

Programme de formation : Générer des leads qualifiés sur le web en intégrant l'IA

Cette formation aide les participants à structurer une stratégie de génération de leads plus efficace en combinant site web, contenus, référencement, publicité, email marketing, automation et intelligence artificielle. L'objectif est de mieux attirer, convertir, qualifier et exploiter les leads, avec une approche concrète et directement activable.

Durée : 7.00 heures ou 1.00 jour(s) si formation en présentiel.

Lieu : À distance ou en présentiel

Profils des stagiaires

- Dirigeant de TPE / PME
- Responsable marketing / communication
- Responsable acquisition ou génération de leads
- Business developer ou responsable commercial
- Toute personne souhaitant développer un pipeline commercial plus régulier grâce au web

Prérequis

- Disposer idéalement d'un site web ou d'un dispositif digital existant
- Être impliqué dans le développement marketing ou commercial de l'activité
- Les pré-requis sont validés lors d'un échange avec le commanditaire du projet de formation et retranscrits dans le document de recueil des besoins. Il s'agit d'un document collaboratif partagé systématiquement avec le commanditaire à l'issue du premier entretien pour co-construire l'action de formation. Par ailleurs, nous adressons à chaque apprenant, 2 semaines avant le début de la formation, un questionnaire de préparation de la formation pour adapter au mieux la formation à ses besoins.

Objectifs pédagogiques

- Comprendre les mécanismes de la génération de leads en environnement digital
- Identifier les leviers les plus pertinents selon son activité et son cycle de vente
- Optimiser son site web pour convertir davantage
- Intégrer l'IA, le marketing automation et le NoCode dans son dispositif de lead generation
- Améliorer la qualité des leads générés
- Définir un plan d'action opérationnel de génération de leads

Contenu de la formation

- Comprendre les fondamentaux de la génération de leads
  - Définir ce qu'est un lead, un lead qualifié, un MQL et une opportunité
  - Comprendre le rôle du marketing dans l'alimentation du pipeline commercial

    - Identifier les conditions de réussite d'un dispositif de lead generation
    - Comprendre l'apport de l'IA dans l'analyse, la personnalisation et la qualification
- Choisir les bons leviers d'acquisition à l'ère de l'IA
    - SEO pour capter une demande existante
    - GEO pour renforcer sa présence dans les environnements pilotés par l'IA
    - SEA pour générer rapidement des opportunités
    - Content marketing pour attirer et convaincre
    - Réseaux sociaux pour amplifier la visibilité
    - Email marketing pour réactiver, relancer et faire mûrir
    - Choisir ses priorités selon ses ressources, son offre et son niveau de maturité
- Transformer son site en outil de conversion
    - Identifier les pages clés pour la conversion
    - Structurer une proposition de valeur claire
    - Rédiger des messages plus convaincants
    - Optimiser les appels à l'action
    - Réduire les frictions dans les formulaires
    - Intégrer des éléments de réassurance
    - Comprendre l'intérêt des agents IA embarqués sur le site pour guider les visiteurs, qualifier leurs besoins et fluidifier le parcours
- Concevoir des offres de conversion efficaces
    - Définir des lead magnets et offres adaptés au niveau de maturité du prospect
    - Exemples : audit, diagnostic, démonstration, rendez-vous, livre blanc, webinar, check-list
    - Construire des landing pages plus performantes
    - Aligner promesse, cible, preuve et call-to-action
    - Utiliser l'IA pour tester différents angles, messages et variantes de contenus
- Qualifier et exploiter les leads plus intelligemment
    - Définir les bonnes données à collecter
    - Construire une logique simple de scoring
    - Prioriser les leads selon leur potentiel
    - Utiliser l'IA pour aider à la qualification, à la segmentation et à la synthèse de données
    - Mettre en place des workflows d'automation pour transmettre, relancer ou enrichir les leads
    - Découvrir des logiques NoCode pour connecter formulaire, CRM, emailing et suivi commercial
- Piloter et optimiser la performance
    - Suivre les KPI essentiels : trafic qualifié, taux de conversion, coût par lead, qualité des leads, taux de transformation
    - Construire un tableau de bord simple
    - Utiliser l'IA pour analyser les résultats et détecter les points de blocage
    - Identifier des quick wins d'optimisation
    - Élaborer un plan d'action progressif

Organisation de la formation

Equipe pédagogique
Philippe accompagne les entreprises dans la conception de dispositifs de génération de leads adaptés aux nouveaux usages du marketing digital et de l'intelligence artificielle. Consultant et formateur expérimenté, il aide les équipes à tirer parti du web, de l'IA et du marketing automation pour attirer des prospects qualifiés, améliorer la conversion et renforcer l'efficacité commerciale.

Sa pédagogie, fondée sur des cas concrets, permet aux participants de construire une stratégie de génération de leads directement appliquée à leur propre contexte d'entreprise.

Moyens pédagogiques et techniques

- Supports pédagogiques commentés et partagés à distance
- Templates de landing pages, scoring, tableau de bord et workflows
- Exemples de prompts et scénarios
- Apports méthodologiques structurés
- Mise à disposition en ligne de documents supports à la suite de la formation
- Pour les formations en présentiel, des salles de formation agréables, lumineuses, spacieuses, modernes, équipées de connexion très haut débit, de grands écrans, et à proximité immédiate des transports.
- Pré-requis matériels : disposer d'un ordinateur. En cas de formation à distance, disposer également d'une connexion internet.
- Une semaine avant le début de la formation, nous donnons, à chaque participant, un accès sécurisé à notre plate-forme de formation en ligne (LMS : Learning Management System). L'apprenant accède via son extranet au livret d'accueil, au tuto de l'espace apprenant et au règlement intérieur.

Dispositif de suivi de l'exécution de l'évaluation des résultats de la formation

- Élaboration d'une feuille de route de lead generation
- Exercices pratiques
- Feuilles de présence signées en ligne depuis l'extranet de formation
- Évaluation via réalisations
- Formulaires d'évaluation de la formation
- Certificat de réalisation de l'action de formation transmis à la fin de la formation
- 10 jours avant l'entrée en formation : Nous transmettons à chaque stagiaire un questionnaire de préparation de la formation permettant d'adapter au mieux la formation à ses besoins.
- Pendant la formation : Le contrôle de connaissances et des acquis se font de façon continue via des quiz en ligne avec notation instantanée et des cas pratiques à réaliser. En fin de formation, les stagiaires restituent leurs travaux avec feedback du formateur.
- A l'issue de la formation : Nous adressons aux stagiaires un questionnaire de satisfaction à chaud et d'auto-diagnostic. Nous mesurons ainsi leur satisfaction et constatons directement l'évolution des compétences en comparaison avec les données recueillies avant la formation. Nous adressons un questionnaire d'évaluation au formateur.
- 15 jours après la fin de la formation : Nous adressons un questionnaire d'évaluation au financeur (OPCO).
- Un mois après la formation : Nous adressons un questionnaire d'évaluation aux différentes parties prenantes : commanditaire /manager.
- 3 mois après la formation : Nous transmettons au stagiaire un questionnaire d'évaluation à froid pour évaluer l'impact de la formation dans son activité professionnelle.

Tarif de la formation

À partir de 1540.00 €HT
TVA non applicable, art. 261-4-4 du CGI