



Construire une Machine de Prospection Inbound avec le Content Selling : Articles, Livres Blancs, Études de Cas et Podcasts

Lien :

<https://innov-maroc.com/formation/construire-une-machine-de-prospection-inbound-avec-le-content-selling-articles-livres-blancs-etudes-de-cas-et-podcasts>

 DURÉE
8 jours (56h)

 RÉFÉRENCE
COM110

 CATÉGORIE
**Prospection Digitale,
Social Selling et Vente
à Distance**

🎯 OBJECTIFS DE LA FORMATION

À l'issue de cette formation, vous serez capable de :

- ✓ Comprendre les principes de l'Inbound Selling et du Content Selling
- ✓ Construire une stratégie de contenu directement alignée sur les objectifs commerciaux
- ✓ Définir les personas, leurs problématiques et leur parcours d'achat
- ✓ Identifier les sujets capables d'attirer des prospects à fort potentiel
- ✓ Concevoir une stratégie éditoriale multiformat orientée génération de leads
- ✓ Produire des articles professionnels répondant aux problématiques des prospects
- ✓ Concevoir des livres blancs capables de générer et qualifier des leads
- ✓ Transformer les études de cas en véritables outils de preuve et de conversion
- ✓ Utiliser le podcast comme canal d'autorité, de visibilité et de génération d'opportunités
- ✓ Mettre en place des mécanismes de conversion et de Lead Nurturing
- ✓ Mesurer la contribution du contenu à la génération de leads, aux opportunités et au chiffre d'affaires
- ✓ Construire une machine Inbound reproductible, automatisée et pilotée par la performance

POUR QUI ?

- ✓ Directeurs commerciaux et Sales Directors
- ✓ Directeurs marketing et responsables Marketing
- ✓ Inbound Marketing Managers
- ✓ Content Marketing Managers
- ✓ Growth Managers et responsables acquisition
- ✓ Business Developers et responsables développement commercial
- ✓ Sales Enablement Managers
- ✓ Account Executives et commerciaux B2B
- ✓ Responsables communication et communication digitale
- ✓ Entrepreneurs et dirigeants de PME/ETI
- ✓ Responsables CRM et Marketing Automation
- ✓ Consultants en stratégie commerciale et marketing
- ✓ Professionnels souhaitant utiliser le contenu comme moteur de génération de leads et de développement commercial



Programme détaillé

1 / Comprendre les fondamentaux de l'Inbound Selling

- Comprendre les principes de l'acquisition commerciale par le contenu
- Différencier Inbound Marketing, Inbound Sales et Content Selling
- Identifier les étapes du parcours : attirer, engager, convertir et fidéliser

2 / Définir la stratégie éditoriale commerciale

- Identifier les objectifs business et commerciaux du contenu
- Définir les thématiques répondant aux problèmes des prospects
- Construire une ligne éditoriale alignée sur le positionnement de l'entreprise

3 / Définir les personas et leurs parcours d'achat

- Identifier les profils de décideurs et influenceurs
- Cartographier leurs besoins, objections et questions
- Adapter les contenus aux différentes étapes du Buyer Journey

4 / Construire une stratégie de contenu orientée génération de leads

- Identifier les sujets à fort potentiel commercial
- Construire un calendrier éditorial multiformat
- Définir les contenus permettant de capter et qualifier les prospects

5 / Maîtriser la création d'articles à vocation commerciale

- Choisir les sujets selon les intentions de recherche et enjeux clients
- Structurer des articles informatifs, crédibles et orientés conversion
- Intégrer CTA, formulaires et mécanismes de capture de leads

6 / Concevoir des livres blancs à forte valeur ajoutée

- Identifier un sujet suffisamment stratégique pour générer des leads qualifiés
- Structurer un livre blanc : problématique, analyse, recommandations et solutions
- Mettre en place un dispositif de téléchargement et de nurturing

7 / Utiliser les études de cas pour vendre par la preuve

- Construire un storytelling autour du problème, de la solution et des résultats
- Quantifier les bénéfices obtenus par le client
- Transformer les cas clients en outils d'aide à la décision commerciale

8 / Développer une stratégie de podcasts B2B

- Choisir un positionnement, format et ligne éditoriale
- Préparer les interviews d'experts, clients et partenaires
- Transformer les épisodes en contenus commerciaux réutilisables

9 / Transformer le contenu en opportunités commerciales

- Mettre en place des Call-to-Action et parcours de conversion
- Identifier les signaux d'intention et comportements d'engagement
- Organiser le passage du lead marketing vers l'équipe commerciale

10 / Mettre en place le Lead Nurturing

- Construire des scénarios de maturation selon le niveau d'intérêt
- Utiliser email, contenus premium et événements pour maintenir l'engagement

- Définir les critères permettant de transmettre un lead aux commerciaux

11 / Mesurer la performance du Content Selling

- Suivre trafic, engagement, leads, MQL, SQL et opportunités générées
- Mesurer les taux de conversion par contenu et par canal
- Calculer le coût d'acquisition et le ROI des actions de contenu

12 / Industrialiser la machine Inbound

- Connecter contenus, CRM, marketing automation et processus commerciaux
- Construire une boucle continue : contenu → lead → nurturing → opportunité → vente
- Optimiser la stratégie grâce aux données, aux retours commerciaux et aux performances

Approche pédagogique

- ✓ Support Ecrit et Projection
- ✓ Exposés Interactifs, Podcasts et Vidéos
- ✓ Brainstorming et Jeux de Rôle
- ✓ Mises en Situation pour faciliter l'assimilation
- ✓ Cas Pratiques et Labs inclus pour leur impact opérationnel
- ✓ Test de Validation des Acquis des Connaissances

Prochaines dates programmées

 26 Oct. au 04 Nov. 2026

 Présentiel - Casablanca

 Autres dates possibles sur demande. Contactez-nous pour organiser une session intra-entreprise.

Réservation & Renseignements

 Téléphone : +212 522 247 210

 Email : contact@innov-maroc.com

 Web : <https://www.innov-maroc.com>

INNOV MAROC