



Piloter le Digital Selling de Bout en Bout : CRM, Marketing Automation, Sales Engagement et Analytics Intégrés

Lien :

<https://innov-maroc.com/formation/piloter-le-digital-selling-de-bout-en-bout-crm-marketing-automation-sales-engagement-et-analytics-integres>

 DURÉE
10 jours (70h)

 RÉFÉRENCE
COM118

 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 et les enjeux du Digital Selling de bout en bout
- ✓ Cartographier le parcours client et identifier les leviers digitaux de conversion
- ✓ Structurer un CRM fiable et adapté au processus commercial
- ✓ Segmenter, scorer et prioriser efficacement les prospects et comptes
- ✓ Concevoir des campagnes de Marketing Automation et de nurturing
- ✓ Développer des stratégies de Sales Engagement multicanales
- ✓ Automatiser la qualification, l'attribution et le suivi des leads
- ✓ Exploiter l'intelligence artificielle pour améliorer la prospection et la productivité commerciale
- ✓ Intégrer CRM, Marketing Automation, Sales Engagement et Analytics dans un écosystème cohérent
- ✓ Piloter efficacement le pipeline, les opportunités et les performances commerciales
- ✓ Construire et exploiter des tableaux de bord de Sales Analytics et Revenue Intelligence
- ✓ Améliorer la qualité, la sécurité et la gouvernance des données commerciales
- ✓ Mesurer le ROI des initiatives de Digital Selling
- ✓ Mettre en place une démarche d'optimisation continue permettant d'augmenter la génération de leads, la conversion et la performance commerciale

POUR QUI ?

- ✓ Directeurs Commerciaux et Sales Directors
- ✓ Chief Revenue Officers (CRO)
- ✓ Sales Managers et responsables d'équipes commerciales
- ✓ Business Developers et Business Development Managers
- ✓ Account Executives et Enterprise Account Executives
- ✓ Key Account Managers et Strategic Account Managers
- ✓ Sales Operations et Revenue Operations Managers
- ✓ Sales Enablement Managers
- ✓ Responsables Marketing Digital et Growth Marketing
- ✓ Marketing Automation Managers
- ✓ CRM Managers et responsables Customer Relationship Management
- ✓ Data Analysts et Sales Analysts
- ✓ Responsables transformation digitale et innovation commerciale
- ✓ Dirigeants et cadres souhaitant structurer une stratégie de Digital Selling intégrée et pilotée par la donnée



Programme détaillé

1 / Comprendre les fondamentaux du Digital Selling

- Définir le Digital Selling et ses enjeux dans les cycles de vente modernes
- Comprendre l'articulation entre marketing, prospection, vente et fidélisation
- Identifier les différents leviers digitaux du parcours commercial

2 / Cartographier le parcours client omnicanal

- Identifier les étapes du parcours : acquisition, engagement, qualification, conversion et fidélisation
- Cartographier les interactions digitales avec les prospects
- Définir les points de contact et moments clés de conversion

3 / Structurer et optimiser le CRM

- Organiser les données prospects, clients, comptes et opportunités
- Définir les étapes du pipeline commercial et les règles de qualification
- Mettre en place une discipline CRM permettant d'assurer la fiabilité des données

4 / Segmenter et scorer les prospects

- Construire des segments selon profils, comportements et potentiel commercial
- Définir des critères de Lead Scoring et Account Scoring
- Identifier les prospects prioritaires pour les équipes commerciales

5 / Déployer le Marketing Automation

- Concevoir des campagnes automatisées de nurturing
- Déclencher des communications selon les comportements des prospects
- Synchroniser les actions marketing avec le CRM et le processus commercial

6 / Concevoir des campagnes de génération de leads

- Définir les personas et ICP (Ideal Customer Profile)
- Construire des campagnes multicanales d'acquisition
- Mesurer la qualité des leads générés et leur contribution au pipeline

7 / Maîtriser le Sales Engagement

- Concevoir des séquences de prospection multicanales
- Combiner email, téléphone, réseaux sociaux et messageries professionnelles
- Personnaliser les interactions tout en industrialisant les processus

8 / Automatiser la qualification et le routage des leads

- Définir les critères MQL, SQL et opportunité
- Automatiser l'attribution des leads aux commerciaux
- Mettre en place des workflows de suivi et de relance

9 / Exploiter l'IA dans le Digital Selling

- Utiliser l'IA pour la recherche de prospects et la personnalisation
- Générer et optimiser les contenus commerciaux
- Exploiter l'IA pour l'analyse des opportunités et la priorisation des actions

10 / Intégrer CRM, Marketing Automation et Sales Engagement

- Concevoir une architecture fonctionnelle cohérente
- Synchroniser les données et événements entre les différents outils

- Éviter les silos et les doublons dans le parcours commercial

11 / Piloter le pipeline et les opportunités

- Suivre les étapes du funnel et les taux de conversion
- Identifier les opportunités à risque et les blocages commerciaux
- Mettre en place des actions correctives pour accélérer le cycle de vente

12 / Exploiter les Sales Analytics et le Revenue Intelligence

- Construire des tableaux de bord commerciaux et marketing
- Analyser CAC, conversion, velocity, win rate et contribution au pipeline
- Transformer les données en recommandations opérationnelles

13 / Mettre en place une gouvernance de la donnée commerciale

- Définir les règles de qualité, propriété et mise à jour des données
- Contrôler les accès et protéger les informations clients et prospects
- Assurer la conformité des pratiques de collecte et d'utilisation des données

14 / Piloter la performance et l'amélioration continue

- Définir une stratégie Digital Selling intégrée et évolutive
- Mesurer le ROI des différents canaux et automatisations
- Optimiser en continu acquisition, engagement, conversion et fidélisation

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

 19 au 30 Oct. 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>

Document généré le 12/10/2026 — Réf : COM118
INNOV MAROC — Tous droits réservés