



# PROGRAMME DE FORMATION ORGANISER ET OPTIMISER SON ACTIVITÉ À L'AIDE D'UN OUTIL CRM

TACOS ACADEMY

VERSION 1 - 01/05/2023

## Objectifs de la formation

Être capable d'exploiter des données (Marketing, client, entreprise...)

être capable d'établir des process et à les déployer dans le CRM (Sales, Marketing, Customer Success)

## Aptitudes et compétences

La formation "Organiser et optimiser son activité à l'aide d'un outil CRM" demande des capacités en gestion de projet et des connaissances en informatique et en analyse statistiques.

Outre ses compétences techniques, l'apprenant, en tant qu'intermédiaire privilégié entre la direction et les clients, possède un bon sens du contact et de la communication. Souvent amené à former et à coordonner les équipes, il fait preuve d'organisation, de rigueur et de leadership.

## A qui s'adresse cette formation

### Public visé

Dirigeant d'entreprise, directeur commercial, directeur marketing, CRM Manager, Manager d'équipe, responsable d'association, indépendant...

## Prérequis

être à l'aise avec les outils informatiques et avoir un esprit d'analyse.

## Prérequis techniques

- Avoir la suite HUBSPOT starter ou en cours de demande
- être immatriculé au RCS ou disposer d'un numéro SIRET valide

## Actions de formation

- Plateforme 100% e-learning
- Session Masterclass (1x par semaine pour valider chaque bloc pédagogique)
- Exercices en fin de bloc pédagogique (QCM et cas pratique)

## Méthodes mobilisées

- Supports vidéo
- Séances de masterclas
- exercice corrigés
- support (Mails et téléphone)

## Moyen de déroulement

- Plateforme LMS E-learning (360 Learning) à distance + masterclass 1h/s pour valider les différents blocs pédagogiques

## Modalités d'organisation

- Durée totale : 30h (4H masterclass, 6h exercice, 20h de vidéos). Rythme de formation sur quatre semaines avec une masterclass par semaine.
- 1 session par mois avec un maximum de 5 personnes (à m+1 après validation de la candidature)

# PLAN DE FORMATION

## 1. HubSpot Marketing Hub

- 1.1. Configuration du compte
- 1.2. Capture et conversion des leads
- 1.3. Engager et fidéliser vos leads
- 1.4. Automatiser et personnaliser votre marketing

## 2. HubSpot Sales Hub

- 2.1. Configuration du compte
- 2.2. Communiquer avec les prospects selon leurs conditions
- 2.3. Automatiser votre processus de vente
- 2.4. Personnaliser votre approche à grande échelle

## 3. HubSpot Service Hub

- 3.1. Configuration du compte
- 3.2. Ravir les clients à grande échelle
- 3.3. Aider les clients à s'aider eux-mêmes
- 3.4. Mesurer et améliorer l'expérience client



# 1. HUBSPOT MARKETING HUB

## 1.1. Configuration du compte

Afin vous préparer au succès de l'inbound marketing, nous commencerons votre parcours en comprenant les bases de HubSpot.

HubSpot est une grande plateforme avec beaucoup d'outils, et pour en tirer le meilleur parti, vous devez comprendre les fondements et comment les outils fonctionnent ensemble.

En plus de vous aider à comprendre les bases de HubSpot, nous vous guiderons dans les tâches de configuration, y compris :

- Inviter vos membres d'équipe
- Connecter vos sous-domaines et configurer vos paramètres
- Installer le code de suivi HubSpot et filtrer votre trafic interne
- Configurer votre domaine d'envoi d'e-mails
- Importer vos contacts, entreprises, transactions, tickets et notes.
- Importer vos listes de désabonnement marketing
- Configurer les types d'e-mails
- Connecter vos comptes des réseaux sociaux
- Envisager des intégrations

## 1.2. Capture et conversion des leads

Ce que nous allons couvrir :

- Qui sont vos personas ? Qui sont vos clients actuels ?
- Comment capturez-vous actuellement des leads sur votre site Web ?
- Avez-vous actuellement des formulaires sur votre site Web ? Si oui, quel type d'informations recueillez-vous ?
- Quels facteurs sont importants pour qualifier vos leads ?
- Qu'est-ce qui qualifie un contact en tant que lead qualifié pour le marketing ? Ou en tant qu'opportunité ?

Nous vous guiderons pour :

- Créer des personas pour mieux comprendre les différents publics dans votre base de données.
- Explorer les formulaires et les pop-up pour des résultats rapides.
- Créer des propriétés personnalisées qui vous aideront à qualifier les leads lors de la saisie des formulaires.
- Mettre en place un système de scoring des leads.
- Définir chaque étape du cycle de vie en fonction de vos propres qualifications.

### 1.3. Engager et fidéliser vos leads

Ce que nous allons couvrir :

- Comment attribuez-vous actuellement les leads?
- À quelle vitesse attribuez-vous les leads ?
- Avez-vous actuellement une automatisation des e-mails en place ? Si oui, quel est le processus ?
- Combien d'e-mails envoyez-vous à un lead ?
- Comment segmentez-vous actuellement les contacts (par exemple, clients, leads, opportunités, etc.) ?

Nous vous guiderons pour :

- Élaborer un processus de maturation qui tient compte des outils que vous utilisez.
- Définir les étapes du cycle de vie et s'assurer que les contacts passent par différentes cycles de nurturing en fonction de leur étape.
- Créer votre première série de flux d'accueil pour un nouveau lead.



## 1.4. Automatiser et personnaliser votre marketing

Ce que nous allons couvrir :

- Quels sont vos efforts de marketing actuels ?
- Quelles campagnes marketing prévoyez-vous prochainement ?
- Comment segmentez-vous vos contacts ?
- Qu'automatisez-vous actuellement ? Quels efforts aimeriez-vous automatiser ?
- Y a-t-il différents segments qui doivent recevoir des informations différentes ?

Nous vous guiderons pour :

- Trouver des tâches manuelles qui peuvent être automatisées dans HubSpot.
- Développer des workflows ou des listes pour gagner du temps grâce à l'automatisation.
- Explorer le contenu intelligent pour ajouter de la valeur à vos audiences cibles.
- Connecter vos réseaux sociaux et outils publicitaires, et automatiser les tâches.
- Utiliser des propriétés personnalisées pour créer des listes.
- Découvrez comment nous pouvons traduire cela en un e-mail marketing avec un contenu intelligent ou en un workflow ciblé.

## Technique

- Vidéos explicatives pas à pas
- Masterclass

## Méthodologique

- traduire dans des schémas fonctionnels les process à mettre en place

## Pratique

- Cas pratique de mise en place + correction formateur

## Objectif du module

- être capable de développer des compétences clés pour concevoir et exécuter des campagnes de marketing efficaces, gérer les leads entrants et suivre les performances marketing en utilisant des données en temps réel pour améliorer les résultats

## Cas pratique (s'adapte en fonction du niveau de l'apprenant)

- Créer une landing page
- Envoyer automatiquement un email de suivi
- Classer (segmenter) le contact dans une liste
- Notifier l'équipe commerciale d'un nouveau lead

## 2. HUBSPOT SALES HUB

### 2.1. Configuration du compte

Afin de vous préparer au succès commercial, nous commencerons votre parcours en comprenant les bases de HubSpot.

HubSpot est une grande plateforme avec beaucoup d'outils, et pour en tirer le meilleur parti, vous devez comprendre les fondements et comment les outils fonctionnent ensemble.

En plus de vous aider à comprendre les bases de HubSpot, nous vous guiderons dans les tâches de configuration, y compris :

- Connecter votre boîte e-mail personnelle
- Configurer votre profil et vos paramètres
- Inviter votre équipe
- Créer des propriétés personnalisées pour stocker vos données
- Importer vos contacts, entreprises, transactions et notes dans HubSpot
- Examiner vos systèmes existants de gestion des leads
- Installer le code de suivi HubSpot sur votre site
- Mettre en place des intégrations de systèmes externes

## 2.2. Communiquer avec les prospects selon leurs conditions

Ce que nous allons couvrir :

- Comment communiquez-vous actuellement avec les prospects ? Quel processus fonctionne le mieux pour votre équipe ?
- Quels canaux de communication vos prospects préfèrent-ils utiliser ?
- Comment les prospects planifient-ils des réunions avec votre équipe de vente ?
- Comment vos commerciaux envoient-ils des e-mails aux prospects ?

Nous vous guiderons pour :

- Mettre en place un chat en direct sur vos pages Web.
- Apprendre à utiliser les conversations pour répondre aux questions de vos prospects.
- Connecter votre e-mail et votre calendrier afin de pouvoir utiliser l'outil de réunions pour permettre aux prospects de réserver du temps avec vous.
- Utiliser la planification d'e-mails pour envoyer aux prospects à leurs moments préférés.
- Envoyer des e-mails aux prospects directement depuis le CRM.

## 2.3. Automatiser votre processus de vente

Ce que nous allons couvrir :

- À quoi ressemble votre processus de vente actuel ? Où y a-t-il des axes d'amélioration ?
- Quelles sont les différentes étapes de vos pipelines ?
- Quelles tâches quotidiennes vos commerciaux accomplissent-ils ?
- Comment les leads sont-ils automatiquement attribués ou répartis entre les commerciaux ?

Nous vous guiderons pour :

- Créer des étapes de transaction pour automatiser le processus du pipeline.
- Personnaliser les pipelines de transaction pour s'adapter à votre processus de vente.
- Ajouter des tâches pour que les commerciaux puissent exécuter plus efficacement les objectifs quotidiens.
- Automatiser la répartition des leads entre les commerciaux.
- S'assurer que les propriétés des étapes de transactions sont complétées.
- Mettre en place des workflows pour automatiser les processus de vente.
- Explorer comment les autres outils s'intègrent avec HubSpot.

## 2.4. Personnaliser votre approche à grande échelle

Ce que nous allons couvrir :

- Comment personnalisez-vous actuellement votre approche ?
- Comment vos personas préfèrent-ils être contactés ?
- Comment assurez-vous le suivi avec les prospects qui ne répondent pas ?
- Comment pouvez-vous optimiser la communication avec les prospects pour obtenir des taux de réponse plus élevés ?
- Comment envoyez-vous et recevez-vous des devis pour les affaires conclues ?

Nous vous guiderons pour :

- Utiliser la création et la prospection vidéo 1:1 pour obtenir des taux de réponse plus élevés.
- Créer des séquences pour assurer le suivi automatique avec les prospects.
- Utiliser des jetons de personnalisation dans les e-mails pour envoyer des e-mails plus rapidement.
- Supprimer les échanges de communication lors de la planification de réunions en utilisant l'outil de réunions.
- Configurer les devis pour conclure des affaires plus rapidement.
- Mettre en place votre bibliothèque de produits pour inclure les articles que vous vendez.

## Technique

- Vidéos explicatives pas à pas
- Masterclass

## Méthodologique

- traduire dans des schémas fonctionnels les process à mettre en place

## Pratique

- Cas pratique de mise en place + correction formateur

## Objectif du module

- être capable de développer des compétences clés pour automatiser et améliorer les processus de vente et ainsi être capable de prendre des décisions en utilisant les données de vente pour maximiser la conversion

## Cas pratique (s'adapte en fonction du niveau de l'apprenant)

- Dessiner tout ou partie du process commercial sur un outil de mapping
- Personnaliser les étapes du pipeline de transaction
- Créer un modèle de mail
- Notifier automatiquement l'équipe customer success qu'un prospect est devenu client

# 3. HUBSPOT SERVICE HUB

## 3.1. Configuration du compte

Afin de vous préparer au succès du service client, nous commencerons votre parcours en comprenant les bases de HubSpot.

HubSpot est une grande plateforme avec beaucoup d'outils, et pour en tirer le meilleur parti, vous devez comprendre les fondements et comment les outils fonctionnent ensemble.

En plus de vous aider à comprendre les bases de HubSpot, nous vous guiderons dans les tâches de configuration, y compris :

Nous vous guiderons pour :

- Inviter les membre de votre équipe
- Installer le code de suivi HubSpot sur votre site
- Connecter vos adresses e-mail d'équipe partagées aux conversations
- Connecter ou ajouter un sous-domaine pour votre base de connaissances
- Modifier et intégrer le formulaire de support sur votre site Web
- Importer des contacts et/ou des tickets
- Configurer vos préférences de notification pour les conversations.
- Créer un formulaire pour collecter les tickets entrants des clients.

## 3.2. Ravir les clients à grande échelle

Ce que nous allons couvrir :

- Comment collectez-vous les tickets de support client ?
- Comment vous assurez-vous actuellement que les tickets ne passent pas entre les mailles du filet ?
- Avez-vous d'autres processus que vous souhaitez gérer via des tickets ?
- Y a-t-il d'autres équipes qui utiliseront des tickets ? Doivent-elles utiliser le même pipeline ou bénéficieraient-elles d'avoir leur propre pipeline ?

Nous vous guiderons pour :

- Mettre en place une affectation automatique des tickets.
- Configurer des workflows pour mettre à jour les propriétés des tickets, déplacer les tickets vers une nouvelle étape et créer des tâches pour le propriétaire du ticket.
- En fonction de la complexité de votre service client, nous explorerons comment créer des pipelines pour gérer différentes fonctions. Par exemple, nous pourrions créer des pipelines pour l'on-boarding, la gestion de projets et la gestion des comptes.
- Optimiser les pipelines et les étapes de service selon les processus de votre équipe.

### 3.3. Aider les clients à s'aider eux-mêmes

Ce que nous allons couvrir :

- Avez-vous actuellement une base de connaissances ?
- Comment vos clients trouvent-ils des réponses à leurs questions ?
- Combien de temps en moyenne vos clients attendent-ils pour recevoir une réponse ?
- Vos équipes de support et de vente ont-elles tendance à répondre aux mêmes questions à plusieurs reprises ?
- Votre base de connaissances doit-elle prendre en charge plusieurs produits, services, sujets ou segments de vos clients ?

Nous vous guiderons pour :

- Comprendre comment importer votre base de connaissances existante dans HubSpot. Ou commencez-en une.
- Développer des catégories et des sous-catégories qui rendent la base de connaissances facile à naviguer pour vos clients.
- Recueillir et mettre en œuvre les commentaires sur votre base de connaissances pour améliorer l'expérience client.
- Inclure votre base de connaissances dans des endroits optimaux sur votre site Web et dans vos communications avec les clients afin qu'elle soit facile à trouver au bon moment.

### 3.4. Mesurer et améliorer l'expérience client

Ce que nous allons couvrir :

- À quelle fréquence recueillez-vous les commentaires de vos clients ?
- Vos clients laissent-ils parfois des avis sur vous en ligne ? Savez-vous comment les avis contribuent à la perception de votre entreprise en ligne ?
- Comment savez-vous si vos clients sont satisfaits/insatisfaits ?

Nous vous guiderons pour :

- Créer des enquêtes de fidélité client (NPS) pour comprendre ce que les gens pensent de votre entreprise.
- Envoyer automatiquement des enquêtes d'effort client (CES) chaque fois qu'un ticket est fermé.
- Créer un déclencheur de workflow pour envoyer des enquêtes de satisfaction client (CSAT), qui peuvent vous fournir des commentaires plus approfondis.
- Mettre en place une automatisation qui prend contact si quelqu'un est mécontent, ou demande un avis à quelqu'un qui est satisfait.
- Utiliser des enquêtes CSAT dans le processus de marketing et/ou de vente. Par exemple, envoyer une enquête CSAT après un événement que vous avez organisé, un accord conclu, ou lorsque quelqu'un est client depuis un certain temps.

## Technique

- Vidéos explicatives pas à pas
- Masterclass

## Méthodologique

- traduire dans des schémas fonctionnels les process à mettre en place

## Pratique

- Cas pratique de mise en place + correction formateur

## Objectif du module

- être capable de développer des compétences clés pour gérer les interactions avec les clients, résoudre les problèmes et maximiser la satisfaction client

## Cas pratique (s'adapte en fonction du niveau de l'apprenant)

- Dessiner tout ou partie du process customer succesl sur un outil de mapping
- Connecter une adresse email d'équipe
- Personnaliser le pipeline des tickets
- Créer un mail automatique pour confirmer la réception d'une demande support

## Modalités

### Tarif

1490 € HT

### Moyens de suivi pour l'apprenant

Suivi de progression sur la plateforme LMS  
360learning

Assistance technique : [hello@tacos-agency.com](mailto:hello@tacos-agency.com)

### Evaluation

Quizz en début de formation et en fin de séquence  
pour valider les compétences acquises.

Cas pratique (Partie 1, 2 et 3)

### Sanction

Certification Tacos Academy après réalisation et  
réussite du cas pratique final.



# VOUS AVEZ BESOIN DE PLUS D'INFORMATIONS ?

Contactez dès maintenant notre équipe et obtenez un audit gratuit