Stratégie marketing

Les clés du marketing BtoB

2 jours (14h00) | 4,6/5 | MKT-C19CLEMKB2B | Évaluation qualitative de fin de stage | Formation délivrée en présentiel ou distanciel

Tarif : 1 530 € ht

Document mis à jour le 13/11/2026

Objectifs de formation

- Intégrer les principes fondamentaux du marketing BtoB.
- S'approprier l'ensemble des outils du marketing BtoB.
- Développer des réflexes marketing applicables à chaque étape de la démarche BtoB et sur différents marchés.

Modalités, méthodes et moyens pédagogiques

Équipe pédagogique :

Un consultant expert de la thématique et une équipe pédagogique en support du stagiaire pour toute question en lien avec son parcours de formation.

Techniques pédagogiques :

Alternance de théorie, de démonstrations par l'exemple et de mise en pratique grâce à de nombreux exercices individuels ou collectifs. Exercices, études de cas et cas pratiques rythment cette formation.

Pour les sessions en distanciel, notre Direction Innovation a modélisé une **matrice pédagogique** adaptée pour permettre **un apprentissage et un ancrage mémoriel optimisés**.

Cette matrice prévoit une alternance de **temps de connexion en groupe** et de **séquences de déconnexion** pour des travaux de mise en pratique individuels.

Ressources pédagogiques :

Un support de formation présentant l'essentiel des points vus durant la formation et proposant des éléments d'approfondissement est téléchargeable sur votre espace apprenant.

Retrouvez également des ressources complémentaires ainsi que les quiz amont/aval sur notre plateforme dédiée.

Prérequis

Aucun

Public concerné

Tout marketeur évoluant dans un environnement BtoB.

Cette formation :

- Est animée par un consultant-formateur dont les compétences techniques, professionnelles et pédagogiques ont été validées par des diplômes et/ou testées et approuvées par l'éditeur et/ou par M2I Formation
- Bénéficie d'un suivi de son exécution par une feuille de présence émargée par demi-journée par les stagiaires et le formateur.

Programme

Module distanciel :

- E-quiz en amont/aval de la formation.

Définir sa stratégie marketing BtoB

- Réaliser un diagnostic stratégique : SWOT.
- Comprendre les spécificités du BtoB : complexité, durée, parties prenantes.
- S'adapter à la saturation des marchés même spécifiques.
- Segmenter pour mieux cibler : méthodes et bonnes pratiques.
- Formuler le besoin de ses cibles grâce aux insights client.
- Définir son positionnement dans un environnement BtoB.
- **Atelier pratique :** Construire une stratégie avec la matrice BCG + grille "Insight/Proposition/Preuve".

Élaborer un mix marketing BtoB performant : les 6P

- Produit : formaliser ce qui différencie son produit.
- Prix : positionner ses prix selon la valeur perçue (value-based pricing).
- Promotion : concevoir et animer une politique de communication 360° omnicanale adaptée au BtoB.
- Place : optimiser sa politique de distribution et fluidifier la synergie marketing/vente.
- Personnel : intégrer l'expérience client BtoB, marketing relationnel, personnalisation.
- Partenariat : personnaliser son offre pour son client à partir d'une expertise rare et prouvée.

Intégrer son mix marketing dans son plan marketing BtoB

- Choisir une structure pertinente pour son mix marketing.
- Définir des objectifs opérationnels SMART.
- Fixer les KPIs pertinents : critères et outils de contrôle.
- Mesurer ses performances et celles de ses concurrents pour réajuster son mix marketing.

Générer du trafic, de l'engagement et convertir en BtoB

- Analyser ses points de contact pour définir sa stratégie d'engagement.
- Définir sa proposition de valeur.
- **Atelier :** créer des contenus BtoB engageants.
- Créer des parcours personnalisés (ABM, nurturing).

- Emailing et marketing automation : toucher efficacement vos prospects BtoB.
- Combiner Earned, Owned, Shared, Paid media pour maximiser l'impact.
- Utiliser l'IA pour produire et personnaliser les contenus marketing.
- **Atelier** : s'inspirer des pratiques marketing BtoC.

Développer la culture client et vente en BtoB

- Prouver et alimenter en permanence sa compétence.
- Mettre en place une gouvernance marketing-vente.
- Cartographier le parcours client BtoB.
- Appréhender le circuit décisionnel dans une perspective com-commerciale.

Le contenu de ce programme peut faire l'objet d'adaptation selon les niveaux, prérequis et besoins des apprenants.

Modalités d'évaluation des acquis

Évaluation des acquis :

Quiz avant la formation et après la formation pour mesurer les acquis, la progression.

Évaluation à chaud :

À la fin de la formation, un bilan qualité dématérialisé pour mesurer l'atteinte des objectifs de la formation.

Évaluation à froid :

À J+3 mois, une e-évaluation du transfert des acquis en situation professionnelle.

Accessibilité de la formation

pagebreakavoidchecked="true";

Le groupe M2I s'engage pour faciliter l'accessibilité de ses formations. Toutes nos formations sont accessibles aux personnes en situation de handicap : les détails de l'accueil des personnes sont consultables sur la page Accueil Handicap

Modalités et délais d'accès à la formation

pagebreakavoidchecked="true";

Les formations M2I sont disponibles selon les modalités proposées sur la page programme.
Les inscriptions sont possibles jusqu'à 48 heures ouvrées avant le début de la formation.
Dans le cas d'une formation financée par le CPF, ce délai est porté à 12 jours ouvrés.