



30 étapes pour réussir l'implantation stratégique de marketing automation

Avant de commencer

Devrais-je considérer le marketing automation?



1. Dans quel état sont mes données?





2. Quelle est la plateforme que j'utilise actuellement pour stocker mes données?

(CRM, ERP, BD maison.)

3. Est-ce que mes données sont valides?

(Légalement utilisable, C-28, GDPR)



4. Quels sont les éléments que je souhaite transférer entre ma *BD* actuelle et celle d'ACTITO?





5. Mes données doivent-elles être transigées au Canada exclusivement?

(Sensibilité de l'information)

6. Choix de l'équipe impliquée



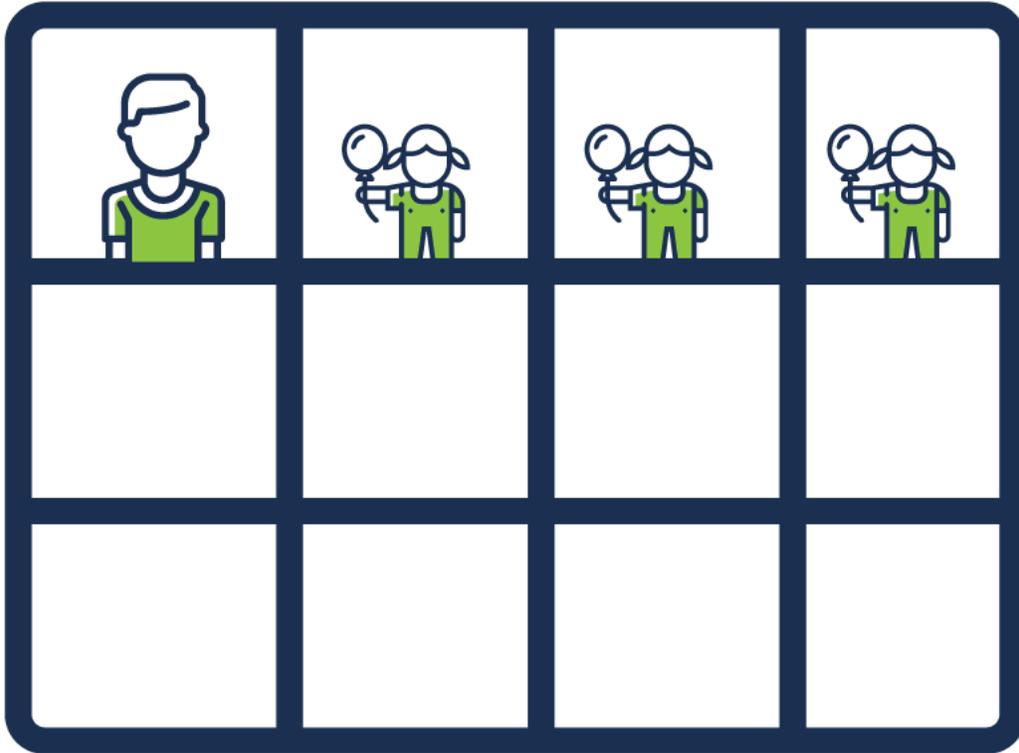


7.Établir les objectifs



8. Choisir une plateforme adaptée à mes besoins





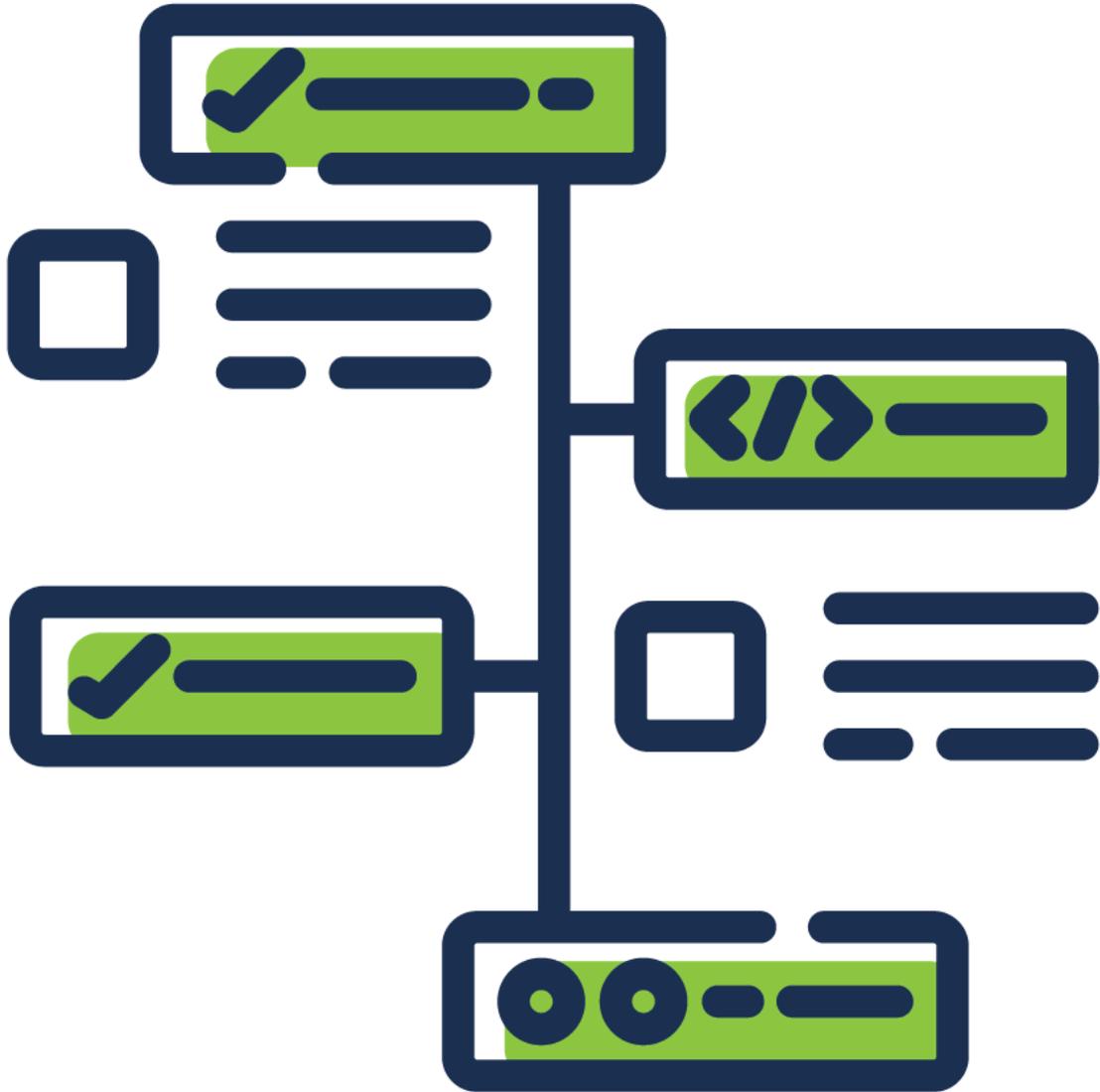
9. Combien d'utilisateurs je prévois avoir dans ma *BD*

(1000, 5000, 75 000, 100 000?)

10. Quels canaux sont important pour l'entreprise?

- - Courriel
- -SMS
- -Sondage
- -Transfert aux services clients
- -NPS (Recommandation)

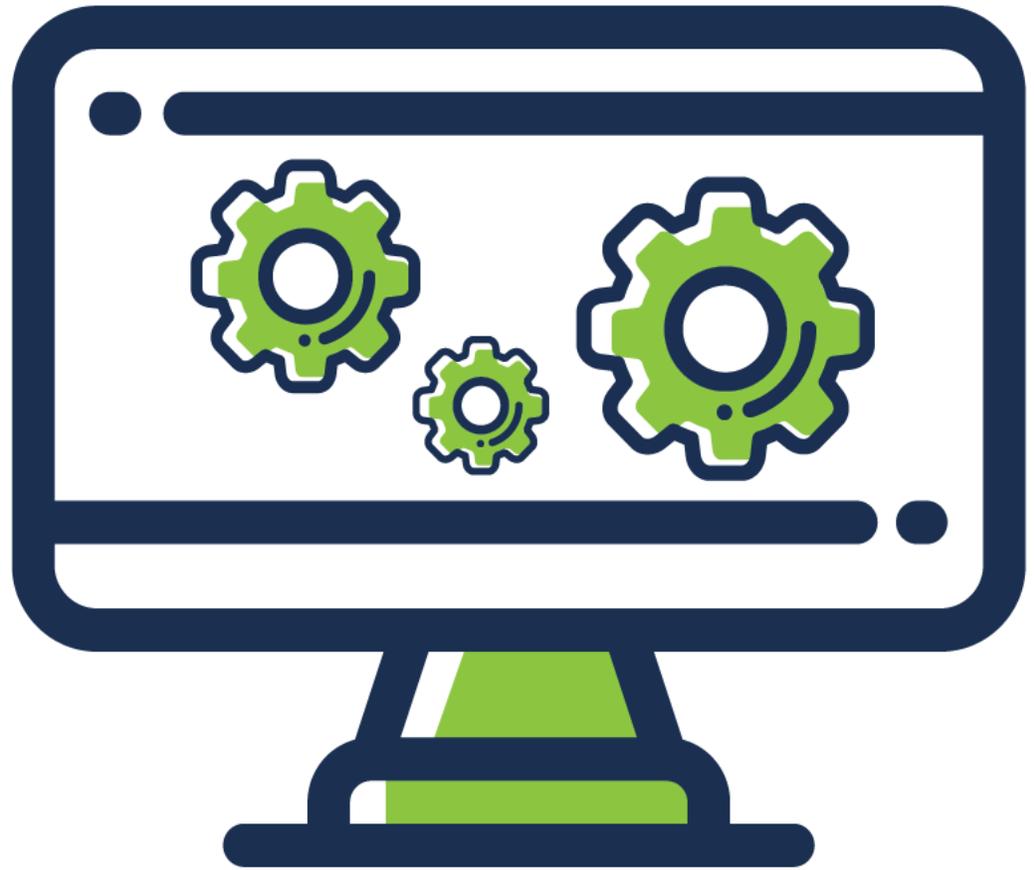




11. Pondérer l'importance de la délivrabilité

(bonnes pratiques, sensibilité du domaine)

12. Vérifier la flexibilité lors de la création de sa *BD*





13. Avoir un support technique adéquat

14. Gestion multilingue





15. Flexibilité des personnalisations

16. Gestion des spams et des abonnements



17. Stratégies et scénarios





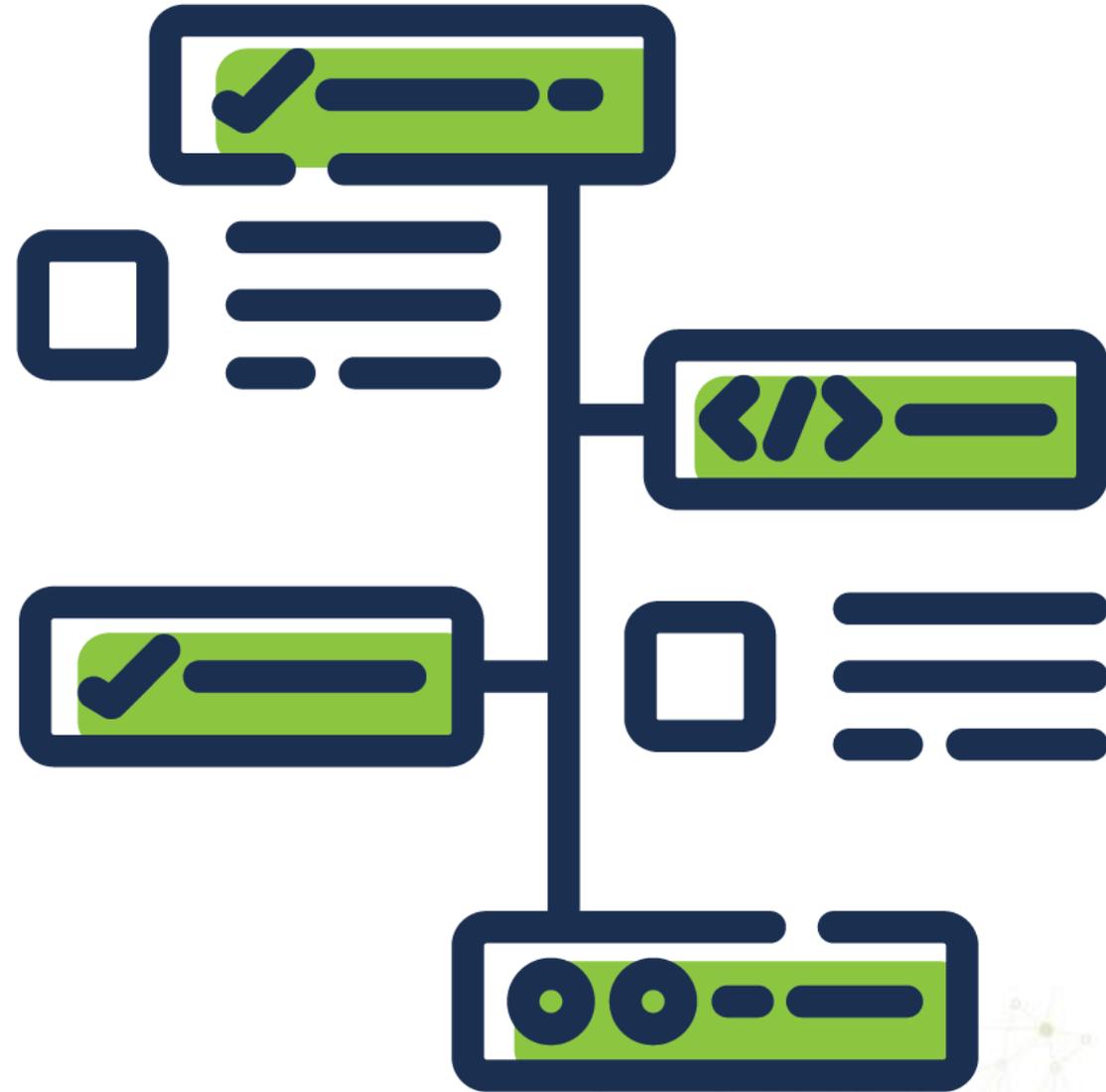
18. Planification agile de la production



19. Visuel



20.Contenus





21.Dates d'envoies

22. Quelle est votre cible précise?



23. Créer des ciblage en lien avec les éléments de votre *BD*





24. Quelle étape du parcours client dois-je cibler?

*(Découverte, notoriété, fidélisation
groupe test / test ab, etc)*

25.

-Personnalisation

**-Structurer les scénarios en
fonction des besoins réels**

-Pression commerciale



26. Rétroaction et amélioration





27. Utiliser les modules analytiques disponibles



**28. Vérifier le taux
d'ouverture, le nombre
de clics et la
performance des envois**





29. Utiliser les UTM afin de suivre les performances sur vos plateformes Web

(Google analytics, etc)

30. Testez différentes versions de vos envois



31.
**Si les campagnes ne
performent pas, arrêtez
et améliorez**





**Comprendre vos
utilisateurs, leurs
contextes et besoins.**



Merci ;-)



Aleksandra Logist

-Directrice ACTITO Canada



<https://www.linkedin.com/in/aleksandra/>



(418) 476-2336



Aleksandra.logist@actito.com



Jacques-Antoine Rioux

-Chef marketing chez Nmédia



<https://www.linkedin.com/in/jacquesantoinerioux/>



(819) 850-1816, poste 2516 | 1 866 477-0990



Jarioux@nmedia.com