



ACADÉMIE INVOXX

# Catalogue de formations 2024



**Qualiopi**  
processus certifié

REPUBLIQUE FRANÇAISE

La Certification qualité a été délivrée au  
titre de la catégorie d'action suivante :  
**ACTION DE FORMATION**

# L'Académie Invox vous accueille !

**Pour construire une machine à générer du business,  
il faut pouvoir accompagner la montée en compétences  
de ses équipes sur les différentes mécaniques  
de la Demand Generation.**

Depuis plusieurs années, Invox transmet son savoir-faire et ses bonnes pratiques dans le cadre de ses formations. Cela peut être pour vous faire découvrir les bases d'une thématique, en acquérir les codes, ou approfondir de manière très opérationnelle un sujet précis pour devenir autonome.

Mais il ne s'agit pas seulement de vous rendre plus savants : nos formations doivent avant tout vous permettre de transformer durablement la manière dont vous travaillez.

**« Avoir du poisson », c'est bien.  
« Apprendre à pêcher », c'est mieux !**

Connaissance des enjeux Marketing actuels, alignement Marketing-Ventes, recrutement et organisation des équipes, coaching... tous ces aspects humains sont primordiaux, pour réussir la transformation culturelle de votre entreprise ou simplement améliorer vos performances Marketing.

Malheureusement, 100 % de la réussite de votre projet d'Inbound, de Content ou de Demand Gen ne peut pas reposer uniquement sur une agence marketing B2B. Vous avez un rôle clé à jouer ! C'est pourquoi nous avons conçu différents programmes de formation afin de vous permettre de comprendre, de décider, de passer à l'action et de devenir autonome sur ces sujets.

Mais trêve de bavardage : il est temps de vous laisser découvrir notre parti pris – spoiler alert : le Blended Learning ! –, les modalités proposées et le détail de nos formations.

Bonne lecture 🎓

# Le parti pris de l'Académie Invox

L'Académie Invox propose des formations destinées à faire évoluer les connaissances et les actions de votre équipe (ou les vôtres !). Pour ça, nous nous appuyons sur les pratiques et outils adaptés à votre situation. Avec une croyance forte dans le Blended Learning...

## Le Blended Learning

Le Blended Learning, c'est le mix de différentes modalités pédagogiques : en salle ou à distance, en live ou en asynchrone, avec de la vidéo et de l'écrit, de la pratique...

Nous avons conçu nos formations comme nous aimons nous-mêmes les suivre : avec des séquences variées, pour ne pas décrocher au bout de quelques heures (et capter l'information de la meilleure des manières) !

Nous sommes convaincus qu'il est nécessaire d'aller à la rencontre des apprenants et de valoriser le groupe, pour profiter d'échanges, de mises en situations, de débats... Mais dans tout ça, l'art est de trouver le juste milieu : entre la théorie et la pratique, ce que l'on raconte et ce que l'on vous fait faire, ce que l'on vous montre et ce que vous en faites chez vous.

Avec le Blended Learning, on peut trouver le cocktail parfait !

## Présentiel & distanciel

Sur place ou à emporter : l'association de sessions « en physique » et de modules « à distance » permet de coller aux contraintes logistiques, mais aussi de gagner en qualité d'apprentissage.

## Synchrone & asynchrone

Pas besoin d'être tout le temps ensemble ! Les moments d'apprentissage « asynchrones » sont importants : ils s'adaptent aux emplois du temps, permettent de préparer une session d'échange ou d'approfondir ce qui a été vu.

## Mais aussi...



### Learning by doing

À la théorie s'ajoutent des mises en pratique, des exercices, et des sessions « feedbacks ».



### Du fun !

Quand on suit un apprentissage, on doit aussi vivre une expérience. Promis, vous ne vous ennuierez pas !

# Les modalités pédagogiques

## Adaptation des parcours & sur-mesure

Nous avons des parcours bien définis, mais nous savons aussi nous montrer flexibles : notre ingénieur pédagogique et nos experts formateurs savent s'adapter à vos besoins spécifiques. Couper, ajouter, modifier, adapter, sectoriser les formations : ils sont partants !

## Solo & en groupe

Si nous croyons beaucoup en la force des groupes (d'une même entreprise ou pas), nous proposons aussi des modalités individualisées pour aller encore plus loin dans l'adaptation à des enjeux précis.

## Adaptation de la formation aux personnes en situation de handicap

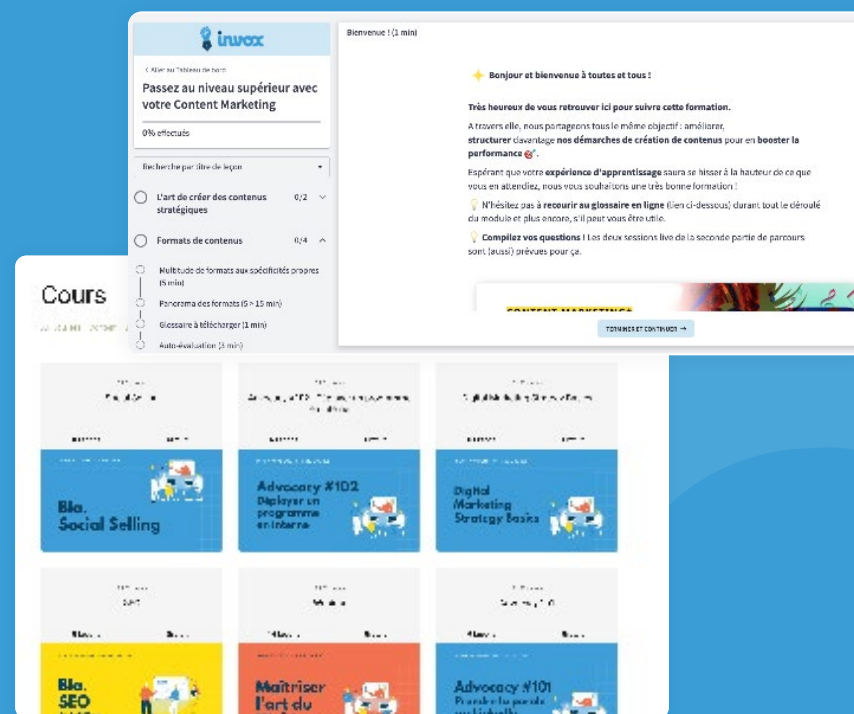
Si vous souhaitez nous faire part d'un déficit sensoriel ou moteur, contactez-nous afin d'étudier les possibilités de compensations disponibles.

Parlez-en librement à [sylvain@invox.fr](mailto:sylvain@invox.fr), notre référent sur ces problématiques.

## Zoom sur notre outil d'e-learning

Pour les formations hybrides ou 100 % e-learning, nous mettons à votre disposition un outil dédié : accès aux ressources, sessions live ou pré-enregistrées, quiz et assessments, chat avec les formateurs ou le reste du groupe, rappels par mail de vos échéances, prévention du décrochage et gamification des parcours...

Il s'agit d'un vrai support pour la réussite de votre formation.





# Les modalités pédagogiques

## Progression et évaluation des connaissances

### Tests & questionnaires de positionnement

Tout le monde ne part pas du même point : une analyse de vos connaissances permet d'adapter au mieux le déroulé des formations, et de personnaliser ce que le formateur pourra vous transmettre.

### Quiz & certification

Sortez une feuille, interro surprise ! À la fin de chaque module (certes, ce n'est donc pas une surprise), nous vous passons sur le grill de nos quiz pour valider que vous avez bien acquis les connaissances visées. Si tout est OK... à vous le certificat Invox !

## Délai de réalisation de la formation

Selon la disponibilité de nos experts formateurs, veuillez compter un délai de 4 à 6 semaines entre le moment de votre demande et la réalisation de la formation.



# L'équipe « formation » Invox

Les **formateurs Invox** sont tous des consultants et experts de leurs sujets : Content Managers, consultants Demand Generation et Inbound, spécialistes HubSpot, experts SEO, Social Media Managers... Ils ont eu l'opportunité de se confronter à de nombreux secteurs et industries B2B, parfois très pointus, et ont à cœur de vous transmettre notre savoir-faire. Tous sont accompagnés pour savoir animer des sessions de formation en groupe ou en individuel.

L'Académie s'appuie sur leur expertise pour mettre au point les programmes, les mécaniques d'animation et les supports dédiés à chaque formation. Un interlocuteur privilégié vous accompagnera avant, pendant et après la formation, sur le fond comme sur la logistique.

Concernant l'administratif et le financement de vos formations, notre **Office Manager** est votre meilleure alliée !

Pour savoir comment financer votre formation ou celle de votre équipe, rendez-vous en [page 22](#) du catalogue.

## Nos formateurs se sont formés dans ces écoles...



*Guilhem*

Directeur de l'Académie  
Fondateur d'Invox

Guilhem a toujours aimé partager son expertise marketing, dans des conférences, des webinars et bien évidemment des formations (HEC Paris, ESDES, Lyon 3...). Il aura à cœur de mettre au point le meilleur dispositif pédagogique pour vous ou vos équipes.

✉ [guilhem@invox.fr](mailto:guilhem@invox.fr)



*Emmanuelle*

Office Manager

Au plus près des équipes Invox, Emmanuelle fait en sorte que tout se passe bien. ADV, comptabilité, fournisseurs, RH... Elle se tient à disposition pour répondre à vos questions, notamment pour tout ce qui est admin et financement des formations !

✉ [emmanuelle@invox.fr](mailto:emmanuelle@invox.fr)

# 14 formations pour booster vos pratiques Marketing B2B



## Formations Growth

### Ma présence sur LinkedIn

**BASICS** Maîtrisez les règles du jeu de LinkedIn pour booster votre profil

### Rendre mon entreprise visible sur LinkedIn

**BASICS** Maîtrisez les règles du jeu de LinkedIn pour votre prise de parole « corporate »

### Advocacy

**BASICS** Devenir Ambassadeur – Soyez présent efficacement et régulièrement sur LinkedIn

**PRO** Devenir Référent – Lancez et faites réussir votre programme d'ambassadeurs LinkedIn

### Social Selling

**PRO** Maîtrisez LinkedIn pour mieux vendre

### SEO B2B

**BASICS** Comprenez les bases d'un référencement naturel efficace

**PRO** Construisez une stratégie SEO performante et passez à l'action



## Formations Demand Gen

### Marketing Digital B2B

**BASICS** Comprenez les enjeux, mécaniques et bonnes pratiques du Marketing Digital



## Formations Content Marketing

### Content Marketing B2B

**BASICS** Remettez à jour vos connaissances « Contenus »

**PRO** Professionnalisez la production de vos contenus

### Webinar

**PRO** Maîtrisez l'art de l'animation d'un webinar



## Formations Martech

### Marketing Automation

**BASICS** Comprenez les enjeux et les bonnes pratiques du Marketing Automation

### HubSpot Marketing

**BASICS** Maîtrisez les rouages du Marketing Hub d'HubSpot

### HubSpot CRM

**BASICS** Maîtrisez les fonctionnalités du CRM d'HubSpot

# MARKETING DIGITAL B2B

## BASICS

### Comprenez les enjeux, mécaniques et bonnes pratiques du Marketing Digital

Découvrez les bases du Marketing Digital B2B : Inbound Marketing, Content Marketing, Paid Ads & SEA, Automation, Social Media, Emailing, SEO...

Un mix de bonnes pratiques, de méthodologies (personas, lead cycle) et un max d'exemples concrets.



#### Objectifs pédagogiques

- ✓ Comprendre les mécaniques et les notions au cœur du Marketing Digital B2B : Inbound Marketing, Content Marketing, SEO et référencement naturel, SEA et Ads, Social Media, Social Selling, Advocacy, Social Ads, Marketing Automation, Influence Marketing, Data Quality...
- ✓ Connaître les outils méthodologiques permettant de mettre au point sa stratégie de Marketing B2B (personas, Lead Cycle & Buyer Journey).
- ✓ Maîtriser les différents indicateurs de performance et KPI du Marketing Digital.
- ✓ Découvrir le panorama des outils « Martech » et des logiciels aujourd'hui utilisés en Marketing Digital : HubSpot et les plateformes de Marketing Automation, Semrush, OnCrawl, Hootsuite, Google Analytics...



#### Plan de formation

1. Introduction au Marketing Digital B2B
2. Présentation des outils et méthodes pour mettre au point sa stratégie de Marketing Digital  
Personas / Funnel Marketing (Awareness, Consideration, Decision, Referral) / Digital Marketing KPI
3. Tour d'horizon des principaux canaux d'acquisition du Marketing Digital B2B  
Inbound vs. Outbound Marketing / Earned, Owned & Paid Media / SEO / SEA / Native Ads / Email Marketing / Social Media Marketing (Organic, Paid, Advocacy & Social Selling) / Influence Marketing / Growth Marketing & Growth Hacking
4. Focus sur le Content Marketing  
Définition, enjeux et objectifs du Content Marketing / Zoom sur les principaux formats de contenus
5. Martech, Marketing Automation & Salestech  
Les outils et logiciels du Marketing Digital B2B : HubSpot, Pardot, Eloqua, ActiveCampaign & co / Semrush & OnCrawl / Google Analytics & Google Search Console
6. Data, Data Quality & Lead Scoring  
L'importance du sujet « Data » / Les opérations et les logiciels de Data Quality / Focus sur le Lead Scoring

#### Infos pratiques

- Pour les responsables & directions Marketing qui veulent prendre le digital du bon pied et qui ont besoin d'une boussole pour s'y retrouver.
- ✓ Utiliser un ordinateur et / ou un smartphone.
- 1 journée – 7 heures
- À partir de 2 590 €
- En présentiel ou en visio (adaptable en plusieurs sessions d'1h30 environ)

[Demander le programme détaillé >](#)



# CONTENT MARKETING B2B

BASICS

## Remettez à jour vos connaissances en « Contenus »

Découvrez la diversité des formats de contenus et comprenez les enjeux du Content Marketing B2B. Avec un tour d'horizon des meilleures pratiques et exemples du moment !



### Objectifs pédagogiques

- ✓ Comprendre ce qu'est le Content Marketing et les objectifs qu'il peut permettre d'atteindre.
- ✓ Connaître les particularités des différents formats de contenus dans l'arsenal du Content Manager.
- ✓ Aborder rapidement les enjeux liés au Content Marketing (organisation, production, maintenance, internationalisation) pour être en mesure de comprendre la globalité du sujet.



### Plan de formation

1. Tour d'horizon des pratiques Content Marketing et définitions des termes clés
2. Les grands formats du Content Marketing B2B : spécificités, avantages de chacun, objectifs qu'ils permettent d'atteindre...  
Articles de blog et formats rédactionnels / Ebooks et contenus téléchargeables « gated » / Formats visuels, infographies, Snack Content / Cas clients / Vidéos / Autres formats interactifs, immersifs, 10x Content...
3. Les enjeux du Content Manager  
Organiser sa production et le suivi de projets / Piloter des contenus en plusieurs langues / Optimiser et maintenir le capital d'anciens contenus

### Infos pratiques

-  Pour les responsables Marketing qui créent du contenu et qui veulent revoir les bases... ou ceux qui aimeraient s'y mettre en douceur !
- ✓ Utiliser un ordinateur et / ou un smartphone.
-  1 journée – 7 heures
-  À partir de 2 590 €
-  En présentiel ou en visio (jouable en 2 demi-journées)

[Demander le programme détaillé >](#)

# CONTENT MARKETING B2B

PRO

## Professionnalisez la production de vos contenus

Passez au niveau supérieur dans vos pratiques de Content Marketing. Définissez votre stratégie de contenus avec les bonnes méthodes, maîtrisez les différents formats de contenu et les processus de production pour avoir un meilleur impact business.



### Objectifs pédagogiques

- ✓ Utiliser les bons outils et méthodes pour définir sa stratégie de contenus – personas, tone of voice, choix des thématiques et sujets, charte éditoriale...
- ✓ Connaître précisément l'ensemble des formats de contenus et savoir utiliser les bons en fonction de vos objectifs – Thought Leadership et légitimité, génération de leads, SEO et référencement naturel, présence sur les réseaux sociaux...
- ✓ Développer son sens critique pour identifier les axes d'amélioration de contenus montrés en exemple.
- ✓ Savoir organiser sa veille thématique.
- ✓ Maîtriser les techniques et outils permettant de trouver des idées de sujets et de construire un planning éditorial.
- ✓ Structurer sa production de contenus (planning de publication, backlog de sujets, comités édito...) et mettre en place une vraie « machine à produire des contenus de qualité ».
- ✓ Optimiser son patrimoine de contenus existants avec les méthodes de Content Maintenance.
- ✓ Comprendre les indicateurs et KPI du Content Marketing, et analyser la performance des contenus produits.



### Plan de formation

1. Introduction sur le Content Marketing et ses enjeux
2. Les grands formats du Content Marketing B2B : spécificités, avantages de chacun, objectifs qu'ils permettent d'atteindre, de manière approfondie Articles de blog et formats rédactionnels / Ebooks et contenus téléchargeables « gated » / Formats visuels, infographies, snack content / Cas clients / Vidéos / Autres formats interactifs, immersifs, 10x content...
3. Travail sur la critique de contenus existants – session « feedbacks »
4. Mise en place d'une veille thématique Recherche de sources / Outils de veille et de génération d'idées de contenus
5. Création et maîtrise d'un planning de production de contenus & bonnes pratiques du Content Manager « bien organisé »
6. Focus sur l'art du comité éditorial – bonnes pratiques et retours d'expérience
7. Optimisation, maintenance et mise à jour de contenus existants – méthodes et exemples d'optimisations
8. Tour d'horizon des principaux KPI du Content Marketing

### Infos pratiques

- Pour ceux qui font déjà des contenus mais qui souhaitent passer au niveau supérieur en structurant davantage leur démarche... et travailler de manière moins artisanale.
- ✓ Utiliser un ordinateur et / ou un smartphone.
- 2 journées – 14 heures
- À partir de 4 690 €
- 1j en présentiel + 2 à 4 sessions à distance. Exercices pratiques à faire entre les sessions.

[Demander le programme détaillé >](#)

# RÉUSSIR SES WEBINARS PRO

## Maîtrisez l'art de l'animation d'un webinar

Gagnez en confiance et prenez du plaisir pour animer des sessions live. Construisez un contenu pertinent et des slides efficaces, remplissez votre salle, devenez un « animateur », maîtrisez les questions-réponses et soyez à l'aise avec le logiciel...



### Objectifs pédagogiques

- ✓ Comprendre les marqueurs de ce qui fait le format webinar et savoir le positionner dans le cycle de prise de décision de vos prospects.
- ✓ Savoir structurer sa présentation pour faire passer son message, maintenir l'attention, et offrir une expérience sympa et dynamique aux participants.
- ✓ Hausser le niveau de jeu avec des slides percutants, efficaces, engageants et qui soutiennent le fond.
- ✓ Animer un webinar, intégrer les techniques d'animation qui permettent de maintenir l'attention, répéter et s'exercer « en live » pour que cela devienne naturel.
- ✓ Maîtriser les phases de questions-réponses et les préparer en amont.
- ✓ Mieux gérer les phases avant (remplir sa salle) et après le webinar (follow-up et engagement commercial).
- ✓ Comprendre le fonctionnement du logiciel (GoToWebinar, Livestorm ou Zoom) et savoir en tirer le maximum en toute sérénité.



### Plan de formation

1. **Se préparer à animer un bon webinar**  
Comprendre ce qui fait la réussite d'une bonne expérience webinar / Maîtriser la phase de préparation d'une session / Structurer sa présentation en séquences qui engagent et permettent de faire passer son message efficacement / Avoir de bons slides et peaufiner son déroulé / Devenir un vrai animateur
2. **Animer la session et en gérer le bon déroulement**  
Maîtriser l'environnement technique et les conditions du direct / Encourager l'interactivité et gérer les phases de questions-réponses / Assurer l'après-webinar / Option « éditeurs de logiciels » - Faire une démo efficace
3. **Maîtriser le logiciel de webinar (au choix parmi GoToWebinar / LiveStorm / Zoom)**  
Maîtriser les fonctionnalités de base d'un logiciel de webinars (lancement d'une session, enregistrement, gestion des écrans, du son, de la webcam...) / Créer une session de la bonne manière / Maîtriser les fonctionnalités avancées (sondages, multimédia, animation multi-utilisateurs...)
4. **En option - le Crash Test Webinar - mise en pratique**  
Session de mise en pratique - « mon webinar dans les conditions réelles » / Partage des feedbacks et critiques constructives

### Infos pratiques

- Pour les responsables Marketing, commerciaux, chefs de produit, responsables support client, dirigeants : la formation est accessible à tous.
- ✓ Utiliser un ordinateur et / ou un smartphone. Pour la mise en pratique et le coaching, un logiciel sera nécessaire.
- 1 journée – 7 heures
- À partir de 2 590 €
- 1j en présentiel ou 3 sessions à distance. Possibilité de compléter la formation par des sessions de coaching individuel.

Demander le programme détaillé >

# MA PRÉSENCE SUR LINKEDIN BASICS

## Maîtrisez les règles du jeu de LinkedIn pour booster votre profil

Découvrez les clés de la réussite sur LinkedIn pour faire vos premiers pas « actifs » : être présent à titre perso ET pro, maîtriser les principales fonctionnalités, optimiser son profil, écrire de manière efficace, gagner des contacts...



### Objectifs pédagogiques

- ✓ Avoir un profil optimisé et de qualité (photos, résumé, expériences, compétences...) pour transformer celui-ci en vitrine et booster votre branding et celui de votre entreprise.
- ✓ Pouvoir prendre la parole sur vos sujets de prédilection et publier avec votre propre tonalité en choisissant minutieusement les bons angles et les bons formats.
- ✓ Utiliser LinkedIn pour générer de nouvelles opportunités, vous connecter et entamer de nouvelles relations avec les bonnes personnes tout en automatisant certaines tâches.



### Plan de formation

1. Comment optimiser son profil ?  
Screen des différents profils & discussion ouverte sur ce qui fait un bon profil / Bonnes pratiques / Photo de profil, de couverture, titre de profil, résumé, parcours / Expériences, formations, compétences... / Cleaner et booster son profil / Le Social Selling Index + calcul du score de chacun / Passage en revue plus détaillé des profils des participants pour expliquer les bonnes pratiques à suivre et les améliorations à apporter
2. Comment animer sa présence et trouver sa ligne éditoriale ?  
Comprendre l'algorithme de LinkedIn + son fonctionnement (qualité du post, engagement / interaction, analyse de crédibilité, validation humaine) / Trouver sa ligne éditoriale, des idées de sujets et des angles de prises de paroles (+ des exemples pour s'inspirer) / Que partager (+ types de formats & exemples), comment écouter son marché, comment rédiger une publication de qualité au ton adapté ? / Comment répondre aux commentaires ? / La publication parfaite (avec un zoom sur les mentions et hashtags) / Les KPI à suivre / Mettre en place sa routine de publication (backlog de sujets, planning)
3. Comment parler à ses cibles et bâtir son réseau ?  
Bâtir son réseau (fonctionnement des ajouts de contact, se connecter aux bonnes personnes) / Comment prendre contact avec des prospects + avec les autres utilisateurs + envoyer des Inmails (avec la recherche LinkedIn par critères + exemple avec leurs cibles en screens) ? / Comment automatiser sa présence (screens et présentation de Sales Navigator, Phantombuster)

### Infos pratiques

- Pour les équipes Marketing, équipes commerciales, collaborateurs, dirigeants
- ✓ Avoir un compte LinkedIn individuel et son login à dispo
- 1/2 journée – 4 heures
- À partir de 1 690 €
- Jouable en 2 sessions de 2h à distance ou en 1/2 journée. Possibilité de compléter la formation par des sessions de coaching individuel.

[Demander le programme détaillé >](#)

# RENDRE MON ENTREPRISE VISIBLE SUR LINKEDIN

BASICS

## Maîtrisez les règles du jeu de LinkedIn pour votre prise de parole « corporate »

Découvrez comment gérer, animer et optimiser la page LinkedIn de votre entreprise. Construisez une présence à son image pour diffuser ses contenus, ses valeurs, ses actualités, attirer de nouveaux clients et de nouveaux talents !



### Objectifs pédagogiques

- ✓ Créer / optimiser la présence de votre entreprise sur LinkedIn, afin d'atteindre les objectifs (visibilité, notoriété, Thought Leadership, construction de communauté, Lead Generation, RP, marque employeur & recrutement...).
- ✓ Créer une ligne éditoriale pour votre page entreprise, et mettre au point un planning éditorial qui tient la route.
- ✓ Rédiger, publier et optimiser vos posts en utilisant les bons outils et les bonnes pratiques.
- ✓ Faire grossir votre communauté d'abonnés dans la durée.
- ✓ Découvrir le fonctionnement de la partie « Ads » de LinkedIn.
- ✓ Analyser vos KPI.



### Plan de formation

1. Introduction à LinkedIn & ses enjeux  
Les derniers chiffres de la plateforme / Les enjeux d'une présence entreprise sur LinkedIn
2. Les pages entreprises sur LinkedIn  
Présentation des pages LinkedIn / Les différentes catégories de pages & leurs spécificités / Optimiser sa page entreprise
3. Bien rédiger sur LinkedIn  
Créer sa ligne éditoriale / Les 10 commandements des posts LinkedIn (mentions, hashtags, backlog, marronnier, modération...) / Les différents formats de posts sur LinkedIn / Se doter des bons outils : planning de publication, Canva, etc.
4. Les autres outils des pages entreprises  
Les live / Les événements / La publicité et ses formats
5. Analyser les KPI de la page  
Construire un reporting / Savoir l'alimenter et en tirer des analyses

### Infos pratiques

- Pour les Social Media Manager B2B, Community Manager B2B, Responsables Marketing B2B
- ✓ Avoir une page LinkedIn d'entreprise et un compte personnel associé (admin)  
Connaître les basics de fonctionnement de LinkedIn ou avoir suivi la formation « Ma présence sur LinkedIn – Basics » ou un équivalent sur le marché
- 1/2 journée – 4 heures
- À partir de 1 690 €
- Jouable en 1, 2 ou 3 sessions

[Demander le programme détaillé >](#)

# ADVOCACY – DEVENIR AMBASSADEUR

BASICS

## Soyez présent efficacement et régulièrement sur LinkedIn

Prenez plaisir à bien utiliser LinkedIn au quotidien : définissez votre propre « ligne éditoriale », soignez vos publications pour qu'elles soient percutantes et engageantes, développez votre réseau rapidement... et gagnez en visibilité !



### Objectifs pédagogiques

- ✓ Devenir un ambassadeur régulier, qui publie et anime son réseau de manière efficace.
- ✓ Construire sa ligne éditoriale et constituer une liste de publications.
- ✓ S'organiser et bâtir une routine LinkedIn pour être efficace, même avec un temps limité chaque semaine.
- ✓ Maîtriser les techniques d'écriture et de copywriting pour capter l'attention, générer des réactions et des commentaires.
- ✓ Savoir utiliser les différents formats de contenus LinkedIn.



### Plan de formation

1. Optimiser son profil & sa présence  
Introduction / Le Social Selling index
2. Bien rédiger  
Les règles de rédactions pour un post parfait / Maîtriser les hashtags et mentions / Les différents formats de publications / Bien entrer en contact avec les autres utilisateurs
3. Animer sa présence à long terme  
Créer sa ligne éditoriale / Les outils pour poster / Créer son backlog de sujets
4. Mesurer la performance et optimiser ses publications  
Comprendre les statistiques / Créer sa routine d'Advocacy / Automatiser avec Phantombuster

### Infos pratiques

- Pour les équipes Marketing, équipes commerciales
- ✓ Utiliser un ordinateur et / ou un smartphone. Avoir un compte LinkedIn individuel. Connaître les bases de LinkedIn ou avoir suivi et validé [LinkedIn Basics](#).
- 1/2 journée – 4 heures
- À partir de 1 690 €
- Jouable en plusieurs sessions courtes. Exercices pratiques à faire entre les sessions. Possibilité de compléter la formation par des sessions de coaching individuel.

[Demander le programme détaillé >](#)

# ADVOCACY - DEVENIR RÉFÉRENT PRO

## Lancez et faites réussir votre programme d'ambassadeurs LinkedIn

Accompagnez votre entreprise dans le déploiement de sa stratégie d'Advocacy. Découvrez tous nos conseils et astuces d'experts pour que votre communauté d'employés ambassadeurs vive à long terme.



### Objectifs pédagogiques

- ✓ Comprendre les clés de la réussite d'un programme d'Advocacy.
- ✓ Maîtriser les différentes étapes de la mise en place d'un programme d'Advocacy : définition de la stratégie, lancement d'une phase pilote, structuration de l'onboarding des ambassadeurs, déploiement plus large...
- ✓ Structurer le planning éditorial Advocacy et s'organiser pour fournir de la matière première aux ambassadeurs avec des contenus « prêts à poster ».
- ✓ Découvrir les principaux outils d'Advocacy : Limber, Sociallymap, Sociable...
- ✓ Intégrer les bonnes pratiques et les « Do's and Don'ts » du Manager Advocacy.
- ✓ Choisir les bons indicateurs de performance, suivre et analyser les résultats de la démarche d'Advocacy.



### Plan de formation

1. Introduction à LinkedIn & ses enjeux
2. Les bonnes pratiques de mise en place d'un programme d'Advocacy  
Définir sa stratégie et les contours du programme / Sélectionner les premiers ambassadeurs / Former et coacher les ambassadeurs au départ et sur la durée / Piloter un planning éditorial et proposer des kits de prise de parole / Communiquer et faire collaborer les ambassadeurs de votre entreprise / Gamifier / Incentiviser les pratiques / Déployer l'Advocacy au-delà d'un premier cercle d'ambassadeurs
3. Les bonnes pratiques LinkedIn à avoir en tête  
Fonctionnement de l'algorithme / Les formats qui fonctionnent / Règles d'or pour un post efficace / Sales Navigator / Phantombuster & les outils d'automatisation
4. Communiquer et faire collaborer les ambassadeurs de votre entreprise  
Garder le contact avec tous les collaborateurs ambassadeurs / Encourager et relancer / Faire grandir la communauté
5. La toolbox de l'Advocacy Manager  
Les outils tout-en-un d'Advocacy (Limer, SocialyMap, Sociable...), communication avec les ambassadeurs, reporting (ShieldApp), gamification...

### Infos pratiques

- Pour les RH, les directions Marketing / Social Media / Growth
- ✓ Connaître les bases de LinkedIn  
Avoir un compte LinkedIn  
Être connecté à tous les ambassadeurs potentiels de votre entreprise
- 1 journée et demie – 10 heures
- À partir de 3 490 €
- Jouable en plusieurs sessions courtes après une session d'intro d'au moins 1/2 journée. Des exercices entre les sessions.

[Demander le programme détaillé >](#)

# SOCIAL SELLING PRO

## Maîtrisez LinkedIn pour mieux vendre

Mettez LinkedIn (et Sales Navigator et Phantombuster) au service de vos actions de prospection et de BizDev. Apprenez à cibler les bonnes personnes, développer votre réseau commercial, nouer des relations dans la durée et impacter les ventes.



### Objectifs pédagogiques

- ✓ Comprendre l'importance d'une présence « pro / perso » en ligne.
- ✓ Améliorer la pertinence de son profil LinkedIn.
- ✓ Comprendre le fonctionnement de l'algorithme LinkedIn et savoir comment jouer avec pour développer sa visibilité et son réseau.
- ✓ Apprendre à rédiger des posts et des messages / InMails percutants et qui engagent.
- ✓ Découvrir et maîtriser Sales Navigator dans une logique de prospection.
- ✓ Utiliser la recherche LinkedIn et / ou Sales Navigator pour cibler les bons prospects.
- ✓ Découvrir et mettre en place des actions automatisées via Phantombuster.
- ✓ Construire une routine efficace pour s'engager dans la durée sur des actions de Social Selling.
- ✓ Définir et assurer le suivi des bons indicateurs clés de performances.



### Plan de formation

1. Introduction à LinkedIn & aux pratiques de Social Selling : quoi, pourquoi ?
2. Les bonnes pratiques LinkedIn à avoir en tête  
Fonctionnement de l'algorithme / Les formats qui fonctionnent / Règles d'or pour un post efficace
3. Savoir bien utiliser Sales Navigator  
Fonctionnement général / Constituer ses bases de leads / Utiliser les fonctionnalités et la recherche avancée
4. L'art de la prise de contact et de la rédaction d'InMails
5. Se rendre visible dans la durée et montrer son expertise  
Peaufiner son profil / Mettre au point sa ligne éditoriale personnelle / Publier efficacement et avoir une liste de posts à publier
6. Phantombuster & les outils d'automatisation

### Infos pratiques

- Pour les commerciaux, équipes BizDev, direction commerciale  
Pour les publics Marketing concernés par les sujets d'alignement Marketing-Ventes
- ✓ Connaître les bases de LinkedIn & avoir un compte LinkedIn  
Activer un compte Sales Navigator
- 1 journée et demie – 10 heures
- À partir de 3 490 €
- Une première 1/2 journée puis des sessions courtes étalées sur 2 mois. Une grande part d'exercices corrigés et de challenges entre les sessions. Possibilité de compléter la formation par des sessions de coaching individuel.

Demander le programme détaillé >



# SEO B2B BASICS

## Comprenez les bases d'un référencement naturel efficace

Google, Google, Google... Y apparaître en bonne position est essentiel pour booster votre visibilité et générer du trafic qualifié. Et ça ne se fait pas par hasard ! Cette formation vous donne les clés pour comprendre les piliers d'un bon référencement naturel et commencer votre parcours sur le sujet du SEO.



### Objectifs pédagogiques

- ✓ Comprendre le sujet du SEO et se faire une idée des grands chantiers à mettre en œuvre pour gagner des positions.
- ✓ Connaître les 3 piliers du SEO, leurs enjeux et leurs vocabulaires spécifiques : l'approche sémantique et le choix des mots-clés, l'optimisation technique des sites, et le netlinking.
- ✓ Découvrir les principaux outils SEO et comprendre à quoi ils servent.
- ✓ Comprendre les grandes étapes et les méthodologies classiques d'un projet d'optimisation ou de refonte SEO B2B.



### Plan de formation

1. Le SEO : pourquoi miser sur ce canal & quelques rappels historiques
2. Search Engine Optimisation, référencement naturel... késako ?  
Différence entre référencement et positionnement / Différence entre SEO et SEA / Moteurs de recherche et pages de résultats : les secrets des algorithmes / Utilisateurs des moteurs et intention de recherche
3. Les 3 piliers du SEO  
Le contenu : écrire pour plaire à ses lecteurs ET à Google - pages piliers, articles, pages de site, cocons sémantiques... / La technique : avoir un site performant du point de vue de Google / La popularité : développer ses « liens entrants », son netlinking et son maillage

### Infos pratiques

- Pour les responsables & directions Marketing qui veulent prendre le digital du bon pied et qui ont besoin d'une boussole pour s'y retrouver.
- ✓ Utiliser un ordinateur et / ou un smartphone.
- 1 journée – 7 heures
- À partir de 2 590 €
- Idéalement journée en présentiel ou 2 demi-journées à distance.

[Demander le programme détaillé >](#)

# SEO B2B PRO

## Construisez une stratégie SEO performante et passez à l'action

Prenez votre SEO en main et structurez vos actions afin de générer du trafic qualifié : réalisation d'un audit sémantique, audit de positionnement vis-à-vis de vos concurrents, choix des mots-clés, création de cocons sémantiques et de pages piliers, suivi des positions et de la performance...



### Objectifs pédagogiques

- ✓ S'assurer de la bonne compréhension des 3 piliers du SEO : sémantique, technique et netlinking.
- ✓ Savoir réaliser un audit et une recommandation de stratégie SEO.
- ✓ Savoir mener un benchmark concurrentiel pour analyser les actions et les performances de la concurrence.
- ✓ Identifier les mots-clés à prioriser sur les différentes thématiques.
- ✓ Connaître l'approche « cocons sémantiques » et savoir mettre en place un plan de maillage.
- ✓ Savoir créer ses contenus optimisés SEO : articles, pages piliers, FAQ, glossaires...
- ✓ Maîtriser les outils Semrush et OnCrawl pas à pas, savoir utiliser leurs fonctionnalités les plus intéressantes.
- ✓ Bâtir ses tableaux de bord de reporting et connaître les différents KPI et indicateurs SEO.
- ✓ S'inspirer d'exemples concrets et de bonnes pratiques récentes.



### Plan de formation

1. Le SEO – 3 axes à maîtriser pour réussir : contenus, technique & netlinking
2. État des lieux : réaliser un audit SEO avec SemRush et OnCrawl  
Étude de l'existant / Étude de la concurrence / Décryptage des thématiques d'acquisition – que recherchent vos cibles et comment atteignent-elles votre site ?
3. Stratégie et optimisation SEO : mettre les mains dans le cambouis  
Optimisations techniques / Optimisations du contenu / Optimisation de la popularité (netlinking)
4. Les dispositifs SEO  
Pages piliers et cocons sémantiques / FAQ et glossaires / Contenu optimisé
5. Suivi et reporting SEO  
Les KPI importants pour le SEO / Google Analytics / Google Search Console / Google Data Studio
6. Enjeux spécifiques (module optionnel)  
SEO local / SEO international / SEO mobile

### Infos pratiques

- Pour les responsables Marketing & Content Managers qui ont des notions de SEO et des enjeux de référencement naturel... et qui veulent booster leurs pratiques et leurs résultats.
- ✓ Utiliser un ordinateur et / ou un smartphone. Maîtriser les bases du SEO ou avoir suivi [SEO B2B Basics](#).
- 2 journées – 14 heures
- À partir de 4 690 €
- Idéalement joué en plusieurs sessions avec des exercices pratiques et la prise en main des logiciels entre les sessions.

[Demander le programme détaillé >](#)

# MARKETING AUTOMATION

## BASICS

### Comprenez les enjeux et les bonnes pratiques du Marketing Automation

Démarrez votre Marketing Automation sur de bonnes bases pour faire de votre projet une réussite. Découvrez les piliers de l'Automation ainsi que les fonctionnalités au cœur des logiciels : tracking, contacts, segmentation, workflows, reporting...



#### Objectifs pédagogiques

- ✓ Comprendre ce qu'est le Marketing Automation et quels en sont les bénéfices dans une démarche Marketing B2B.
- ✓ Avoir un panorama des solutions du marché ainsi que de leurs principaux avantages.
- ✓ Connaître les grands types de campagnes automatisées.
- ✓ Découvrir les notions de Lead Scoring et de Lead Profiling.
- ✓ Découvrir des exemples de campagnes et de cas d'usage du Marketing Automation dans différents contextes Marketing B2B.
- ✓ Appréhender les principales étapes et les clés du succès de la mise en place d'un projet de Marketing Automation.
- ✓ Lever le voile sur le sujet crucial de la Data Quality, ses enjeux, ses bonnes pratiques...



#### Plan de formation

1. Introduction sur ce qu'est le Marketing Automation et son fonctionnement
2. Tour d'horizon des plateformes  
Démo d'HubSpot et tour rapide d'Eloqua, Pardot, ActiveCampaign, Plezi et Webmecanik
3. Les 9 grands types de campagnes d'automation : quand et pourquoi les utiliser
4. Méthodes et bonnes pratiques pour lancer son projet de mise en place de Marketing Automation
5. Introduction à la Data Quality  
Ce que c'est / Les enjeux du sujet / Les outils à votre disposition (DropContact, Insyncle...)

#### Infos pratiques

- Pour les responsables & directions Marketing qui veulent prendre le digital du bon pied et qui ont besoin d'une boussole pour s'y retrouver.
- ✓ Utiliser un ordinateur et / ou un smartphone.
- 1/2 journée – 4 heures
- À partir de 1 690 €
- Joué en une seule session

[Demander le programme détaillé >](#)

# HUBSPOT MARKETING BASICS

## Maîtrisez les rouages du Marketing Hub d'HubSpot

Plongez avec un guide expert HubSpot dans le monde merveilleux d'HubSpot Marketing Hub et prenez vos aises avec l'ensemble des fonctionnalités (Pro & Enterprise) du logiciel. Gagnez du temps et assurez-vous une montée en puissance rapide !



### Objectifs pédagogiques

- ✓ Connaître les fonctionnalités (et savoir pourquoi elles sont intéressantes) du Hub Marketing HubSpot.
- ✓ Maîtriser les différentes étapes de l'Onboarding HubSpot et intégrer les grandes étapes du paramétrage de l'outil.
- ✓ Acquérir les bonnes pratiques de gestion d'une base de données de contacts, maîtriser la Data Quality de celle-ci, faire des segments et des listes, utiliser les filtres...
- ✓ Savoir créer des templates performants (et jolis) d'emails, de landing pages...
- ✓ Structurer son approche de captation de leads avec la bonne gestion des formulaires et du Progressive Profiling.
- ✓ Comprendre le fonctionnement de l'éditeur de workflows automatisés et découvrir les grands types de campagnes.
- ✓ Découvrir les fonctionnalités « Social Media » au sein de HubSpot.
- ✓ Apprendre à créer ses propres tableaux de reporting Marketing.



### Plan de formation

1. Rappels sur le fonctionnement et les enjeux du Marketing Automation
2. Présentation des différents niveaux de licence du Hub Marketing de HubSpot
3. Tour d'horizon des fonctionnalités de la plateforme  
Contacts et entreprises / Assets web : emails & landing pages / Formulaire / Workflows et créateur de campagnes / Dashboards et Reports / Social Media et Ads
4. Les grandes bonnes pratiques et les petits secrets pour bien gérer sa plateforme
5. Session de questions-réponses

### Infos pratiques

- Pour les responsables et directions Marketing qui souhaitent se lancer dans le Marketing Automation et / ou avoir les bases pour en comprendre le fonctionnement et les enjeux.
- ✓ Utiliser un ordinateur et / ou un smartphone. Idéalement, avoir accès à une instance HubSpot Marketing.
- 1 journée – 7 heures
- À partir de 2 590 €
- Joué en 1 ou 2 sessions.

[Demander le programme détaillé >](#)

# HUBSPOT CRM BASICS

## Maîtrisez les fonctionnalités du CRM d'HubSpot

Réussissez votre projet de mise en place (ou de reprise en main) d'HubSpot CRM : structuration de la base de données, automatisations commerciales, outils de productivité pour les commerciaux, bonnes pratiques HubSpot CRM, reporting...



### Objectifs pédagogiques

- ✓ Faire le tour d'horizon des fonctionnalités d'HubSpot CRM / d'HubSpot Sales Hub et comprendre comment les utiliser au mieux.
- ✓ Savoir structurer sa base de contacts et de sociétés, ainsi que son Data Model.
- ✓ Programmer des filtres et des segments.
- ✓ Organiser son pipe d'opportunités / de deals pour coller à son parcours de vente.
- ✓ Utiliser et écrire des séquences automatisées efficaces.
- ✓ Maîtriser les différentes automatisations « Sales » possibles dans HubSpot Sales Hub.
- ✓ Intégrer à ses routines les outils de productivité – bibliothèque de documents, templates et snippets de mail, tracking d'emails, lien entre la messagerie (Outlook & Gmail) et le CRM, fonctionnalité de prise de rendez-vous...
- ✓ Savoir utiliser les tâches.
- ✓ Savoir construire et configurer un reporting Sales pour suivre ses performances et / ou celles de l'équipe commerciale.



### Plan de formation

1. Tour d'horizon des fonctionnalités de base de la plateforme HubSpot Sales Contacts et entreprises / Opportunités (deals) et gestion des pipelines / Gestionnaire des tâches
2. Les outils de productivité du commercial et les petits secrets pour bien gérer ses activités au quotidien  
Intégration avec la boîte mail (Outlook & Gmail) / Snippets & templates de mails / Documents / Gestion des Meetings / Intégration des calls / Automatisation et séquences
3. Focus sur l'importance de la donnée – Data Quality & Data Model
4. Zoom sur le reporting et les dashboards
5. Fonctions avancées et mise en place de Playbooks (comptes Enterprise uniquement)
6. Session de questions-réponses

### Infos pratiques

- Pour les commerciaux et responsables commerciaux qui souhaitent prendre en main efficacement la plateforme HubSpot CRM et le Hub Sales d'HubSpot, avec un max de bonnes pratiques concrètes.
- ✓ Utiliser un ordinateur et / ou un smartphone. Idéalement, avoir un accès à la plateforme HubSpot CRM (à partir de Starter).
- 1 journée – 7 heures
- À partir de 2 590 €
- Joué en 1 ou 2 sessions.

[Demander le programme détaillé >](#)

# Faites financer vos formations !

Deux types de financements permettent de soutenir votre souhait de vous former ou de former vos équipes.

- **Le Plan de développement des compétences**  
Il remplace le plan de formation et permet aux salariés de suivre des actions de formation financées par l'employeur. Vous pouvez vous rapprocher de votre service RH ou de votre manager pour de plus amples informations.
- **Les OPCO – Opérateurs de compétences**  
Le 1<sup>er</sup> avril 2019, 11 opérateurs de compétences (OCPO), chargés d'accompagner la formation professionnelle, ont été agréés. Ils remplacent les anciens organismes paritaires collecteurs agréés (OPCA).

**Si vous souhaitez faire appel au financement OPCO, nous pouvons vous aider et faciliter vos démarches – *we are used to it!***

**Contactez-nous pour en parler ! >**

 Vous ne savez pas de quel OPCO vous dépendez ?  
**Retrouvez le listing par branche professionnelle juste ici !**

## **Des formations certifiées Qualiopi !**

Après Datadock, nous avons obtenu la certification Qualiopi : un gage de qualité !

Bientôt, nos formations pourront être financées via le compte personnel de formation (CPF).





« Équipe très pédagogique et à l'écoute. Des contenus de qualité aussi bien sur le fond que sur la forme. »



Vanessa Tabary  
Chef de projet marketing



« Une approche de prise en main et de montée en compétences très pro. Des éléments activables immédiatement. Une prestation de très bonne qualité. »



Xavier Deshayes  
CEO



« La formation sur HubSpot était génialissime, grâce aux retours et conseils d'Adrien, j'ai pu rapidement monter en compétences sur la rédaction et je suis beaucoup plus efficace, on a l'impression qu'on est tous une seule équipe (Amiltone x Invox), le travail sur LinkedIn génère beaucoup d'enthousiasme en interne. »



Alexandre Buffy  
Operations Manager

Votre avis compte BEAUCOUP à nos yeux. À l'issue de nos formations, nos formateurs gardent toujours un moment d'échange pour avoir vos feedbacks et nous permettre de nous améliorer en continu. Nous procédons aussi à des enquêtes de satisfaction, dont voici quelques apprentissages...



**476**

personnes  
formées depuis  
2019

Satisfaction générale

**8,4** /10

Réponse aux attentes

**9,2** /10

Contenu de la formation

**8,6** /10

Atteinte des objectifs

**8,5** /10

Qualité du formateur

**9,3** /10





academie@invox.fr

04 28 29 02 10

37 rue Sergent Michel Berthet, 69009 Lyon

Contactez-nous >

