
PROGRAMME DE FORMATION

« FORMATION PERSONAS MARKETING »

Durée de la Formation : À partir de 7 heures

Tarif : Sur étude des besoins

Formation individuelle ou avec vos collaborateurs : un programme personnalisé en fonction de vos besoins

Modalités de formation : présentiel ou distanciel

Date de formation : selon vos disponibilités et celles du formateur (réponse garantie dans les 72 heures suite à votre demande de devis)

Lieu de formation : chez le client

Éligible à un financement OPCO (budget formation de votre entreprise)

Taux de satisfaction des stagiaires : en attente

Taux d'assiduité des stagiaires : en attente

Accès aux personnes en situation de handicap possible : merci de prendre contact avec nous

Contact : Maureen DEHEUL (formation@trafic-influence.com) – 09.67.15.36.12

CGV : consultable sur www.trafic-formation.com/cgv

Règlement intérieur : consultable sur www.trafic-formation.com/reglement-interieur

DESCRIPTIF DE LA FORMATION

Cette formation permettra au stagiaire de comprendre en profondeur le concept et l'intérêt du Persona Marketing dans l'élaboration d'une stratégie efficace. Il apprendra à collecter et analyser des données clients issues de diverses sources (enquêtes, retours terrain, analytics) afin d'en extraire des insights pertinents. Grâce à une approche méthodique, il saura créer des profils détaillés en identifiant les besoins, les freins et les motivations de ses cibles. Enfin, le stagiaire sera formé à intégrer ces personas dans des campagnes marketing en choisissant les canaux et messages adaptés, tout en mettant en place un suivi régulier pour optimiser les performances et ajuster la stratégie en fonction des résultats.

CONTENU PÉDAGOGIQUE



Public visé

- **Indépendants :** pour définir clairement les profils de leurs clients et adapter leurs offres et leur communication.
- **Professionnels du marketing et de la communication :** pour renforcer leurs compétences en ciblage précis et créer des campagnes plus pertinentes.
- **Salariés en reconversion ou débutants en marketing :** pour acquérir une compétence recherchée afin de concevoir des stratégies client-centrées et accroître leur employabilité.



Objectifs pédagogiques

- **Comprendre le concept de Persona Marketing** : saisir l'intérêt d'établir des profils types de clients ou utilisateurs et leur rôle stratégique dans la réussite d'une campagne marketing.
- **Savoir collecter et analyser les données clients** : apprendre à identifier les sources de données pertinentes (enquêtes, retours terrain, analytics) et à en extraire des insights actionnables.
- **Concevoir et affiner des personas** : maîtriser la méthodologie pour créer des personnages types pertinents et représentatifs de ses cibles.
- **Aligner les personas sur les objectifs business** : relier les besoins et motivations identifiés chez vos cibles à votre offre et vos objectifs de croissance.
- **Adapter sa stratégie marketing aux personas** : décliner un plan d'action marketing (contenus, canaux, messages) spécifiquement pensé pour chaque persona.
- **Mettre en place un suivi et une optimisation continue** : savoir évaluer l'efficacité de sa stratégie "personas" et procéder à des ajustements réguliers (mesures, KPI, retours clients).



Description

Introduction au Persona Marketing

- Définition du persona : qu'est-ce qu'un persona marketing et pourquoi est-ce indispensable aujourd'hui.
- Enjeux et bénéfices : créer de la cohérence dans l'orientation stratégique et améliorer le taux de conversion des campagnes.

Collecte et analyse de données

- Méthodes de recherche et d'enquête : interviews, sondages, études de marché, analyses statistiques.
- Segmentation : comment segmenter sa base de contacts/prospects et repérer les tendances comportementales ou démographiques.

Construction de personas pertinents

- Profilage détaillé : informations démographiques, psychographiques, comportements d'achat, freins, motivations.
- Élaborer une cartographie des besoins : décrypter les objectifs, les pain points et les enjeux des clients.
- Synthèse visuelle : mise en forme claire et impactante des profils (format portrait, fiches de présentation).

Intégration des personas dans la stratégie marketing

- Alignement stratégique : comment connecter les personas aux objectifs commerciaux de l'entreprise (lancement de produits, positionnement, messages).
- Choix des canaux et des formats : réseaux sociaux, email marketing, site web, blogs, publicités ciblées...
- Personnalisation de contenus : adapter style, ton, sujets et arguments clés aux attentes de chaque persona.

Pilotage et optimisation

- Mesurer la performance : indicateurs clés (taux de conversion, acquisition, rétention, satisfaction).
- Mise à jour régulière : savoir faire évoluer ses personas avec les retours terrain et l'évolution du marché.
- Cas pratiques : retours d'expérience, analyses d'exemples concrets et mises en situation.



Prérequis

- Connaissances de base en marketing digital



- Maîtrise minimale des outils bureautiques et du web
- Culture générale en marketing
- Motivation pour comprendre en profondeur les comportements et besoins des clients



Modalités pédagogiques

- **Organisation** : Formation en présentiel (en groupe restreint ou individuel) - Possibilité de distanciel (classe virtuelle) avec des moments synchrones (visioconférences) et asynchrones (travaux dirigés)
- **Méthodes** : Alternance d'exposés théoriques et d'exercices pratiques - Études de cas concrets inspirés de la pratique professionnelle des participants - Échanges de groupe, retours d'expériences et brainstorming collectif - Programme découpé en modules cohérents - Acquisition des compétences étape par étape, avec validation régulière des acquis - Évaluations formatives pendant la formation - Conseils personnalisés pour adapter les nouvelles compétences aux besoins spécifiques de chaque participant
- **Support de formation** : support mémo disponible pour chaque stagiaire en format numérique – Fiches Outils pratiques (checklists, trames d'entretien, exemples de personas)



Moyens et supports pédagogiques

- **Support de cours et fiches pratiques** : Supports numériques (PDF, présentations) remis à chaque stagiaire - Fiches-outils synthétiques pour favoriser l'application concrète des connaissances
- **Outils et plateformes** : Utilisation de solutions collaboratives (Google Drive, Notion, Trello ...) pour le partage de documents et le suivi des exercices
- **Mise en situation** : Exercices et cas pratiques basés sur des scénarios réels ou fictifs - Simulations de situations professionnelles (gestion de projet, audits, etc.)
- **Échanges et retours d'expérience** : Séances de questions-réponses



Modalités d'évaluation et de suivi

- **Suivi** : Feuille(s) de présence émargée(s) par demi-journée par les stagiaires et le formateur, Attestation de formation remise à chaque stagiaire, certificat de réalisation
- **Évaluation** : Exercices de mise en pratique ou quizz de connaissance tout au long de la formation permettant de mesurer la progression des stagiaires, enquête de satisfaction, quizz des acquis en fin d'évaluation en fin de formation