

## Formation n8n pour Web-marketers

■ <b>Durée :</b>	2 jours (14 heures)
■ <b>Tarifs inter-entreprise :</b>	1 775,00 CHF HT (standard) 1 420,00 CHF HT (remisé)
■ <b>Public :</b>	Web-marketers - Responsables marketing digital - Chargés de communication digitale - Profils marketing souhaitant automatiser et fiabiliser leurs actions digitales
■ <b>Pré-requis :</b>	Connaissances de base en marketing digital ou e-marketing - Utilisation courante d'outils Web et de plateformes marketing
■ <b>Objectifs :</b>	Comprendre l'intérêt de l'automatisation dans les actions marketing et digitales - Automatiser la gestion des leads et des campagnes marketing - Connecter et synchroniser des outils marketing et CRM - Fiabiliser les flux de données marketing - Mettre en place des reportings et des alertes automatisées
■ <b>Modalités pédagogiques, techniques et d'encadrement :</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Formation synchrone en présentiel et distanciel.</li><li>• Méthodologie basée sur l'Active Learning : 75 % de pratique minimum.</li><li>• Un PC par participant en présentiel, possibilité de mettre à disposition en bureau à distance un PC et l'environnement adéquat.</li><li>• Un formateur expert.</li></ul>
■ <b>Modalités d'évaluation :</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Définition des besoins et attentes des apprenants en amont de la formation.</li><li>• Auto-positionnement à l'entrée et la sortie de la formation.</li><li>• Suivi continu par les formateurs durant les ateliers pratiques.</li><li>• Évaluation à chaud de l'adéquation au besoin professionnel des apprenants le dernier jour de formation.</li></ul>
■ <b>Sanction :</b>	Attestation de fin de formation mentionnant le résultat des acquis
■ <b>Référence :</b>	NO 102836-F

■ <b>Note de satisfaction des participants:</b>	Pas de données disponibles
■ <b>Contacts :</b>	commercial@dawan.fr - 09 72 37 73 73
■ <b>Modalités d'accès :</b>	Possibilité de faire un devis en ligne (www.dawan.fr, moncompteformation.gouv.fr, maformation.fr, etc.) ou en appelant au standard.
■ <b>Délais d'accès :</b>	Variable selon le type de financement.
■ <b>Accessibilité :</b>	Si vous êtes en situation de handicap, nous sommes en mesure de vous accueillir, n'hésitez pas à nous contacter à referenthandicap@dawan.fr, nous étudierons ensemble vos besoins

## Comprendre l'automatisation marketing avec n8n

Enjeux de l'automatisation dans les équipes marketing et e-marketing  
 Limites des automatisations manuelles et des outils cloisonnés  
 Présentation de n8n et de ses cas d'usage en marketing digital  
 Positionnement de n8n dans un écosystème marketing

### Atelier pratique : identification des processus marketing automatisables

#### Automatiser la gestion des leads

Collecte de leads depuis des formulaires Web et landing pages  
 Synchronisation des contacts avec un CRM ou un outil marketing  
 Qualification et enrichissement automatique des données  
 Gestion des doublons et mise à jour des contacts

### Atelier pratique : automatisation complète d'un parcours lead

#### Connecter les outils marketing et digitaux

Connexion à des outils d'emailing, CRM et CMS  
 Utilisation des API et webhooks sans développement  
 Chaînage des actions marketing multi-outils  
 Gestion des déclenchements événementiels

### Atelier pratique : synchronisation de plusieurs outils marketing via n8n

#### Automatiser les campagnes et les actions marketing

Déclenchement automatisé de campagnes et notifications  
Personnalisation des messages et des actions  
Automatisation des relances et des scénarios marketing  
Bonnes pratiques pour fiabiliser les campagnes automatisées

### **Atelier pratique : mise en place d'un scénario marketing automatisé**

#### **Mettre en place des reportings et des alertes marketing**

Collecte et centralisation des données marketing  
Automatisation des reportings et tableaux de bord  
Mise en place d'alertes sur indicateurs clés  
Suivi des performances des actions marketing

### **Atelier pratique : création d'un reporting marketing automatisé**

#### **Sécuriser et fiabiliser les automatisations marketing**

Gestion des accès et des informations sensibles  
Fiabilité des workflows et gestion des erreurs  
Bonnes pratiques de maintenance et d'évolution des automatisations  
Limites et précautions d'usage en contexte marketing

### **Atelier pratique : fiabilisation et sécurisation d'un workflow marketing**