

Formation n8n pour Web-marketers

■ Durée :	2 jours (14 heures)
■ Tarifs inter-entreprise :	1 775,00 € HT (standard) 1 420,00 € HT (remisé)
■ Public :	Web-marketers - Responsables marketing digital - Chargés de communication digitale - Profils marketing souhaitant automatiser et fiabiliser leurs actions digitales
■ Pré-requis :	Connaissances de base en marketing digital ou e-marketing - Utilisation courante d'outils Web et de plateformes marketing
■ Objectifs :	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
■ Modalités pédagogiques, techniques et d'encadrement :	• Formation synchrone en présentiel et distanciel. • Méthodologie basée sur l'Active Learning : 75 % de pratique minimum. • Un PC par participant en présentiel, possibilité de mettre à disposition en bureau à distance un PC et l'environnement adéquat. • Un formateur expert.
■ Modalités d'évaluation :	• Définition des besoins et attentes des apprenants en amont de la formation. • Auto-positionnement à l'entrée et la sortie de la formation. • Suivi continu par les formateurs durant les ateliers pratiques. • Évaluation à chaud de l'adéquation au besoin professionnel des apprenants le dernier jour de formation.
■ Sanction :	Attestation de fin de formation mentionnant le résultat des acquis
■ Référence :	NO 102836-F

■ Note de satisfaction des participants:	Pas de données disponibles
■ Contacts :	commercial@dawan.fr - 09 72 37 73 73
■ Modalités d'accès :	Possibilité de faire un devis en ligne (www.dawan.fr, moncompteformation.gouv.fr, maformation.fr, etc.) ou en appelant au standard.
■ Délais d'accès :	Variable selon le type de financement.
■ Accessibilité :	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