



WEBINAR

LIVE

Comment transformer la donnée Marketing en véritable levier business ?



Nicolas Arnaud
Co-fondateur,
Magileads



Christian Martineau
Dir. développement,
Magileads - Ext





#1 Bases de données dynamiques

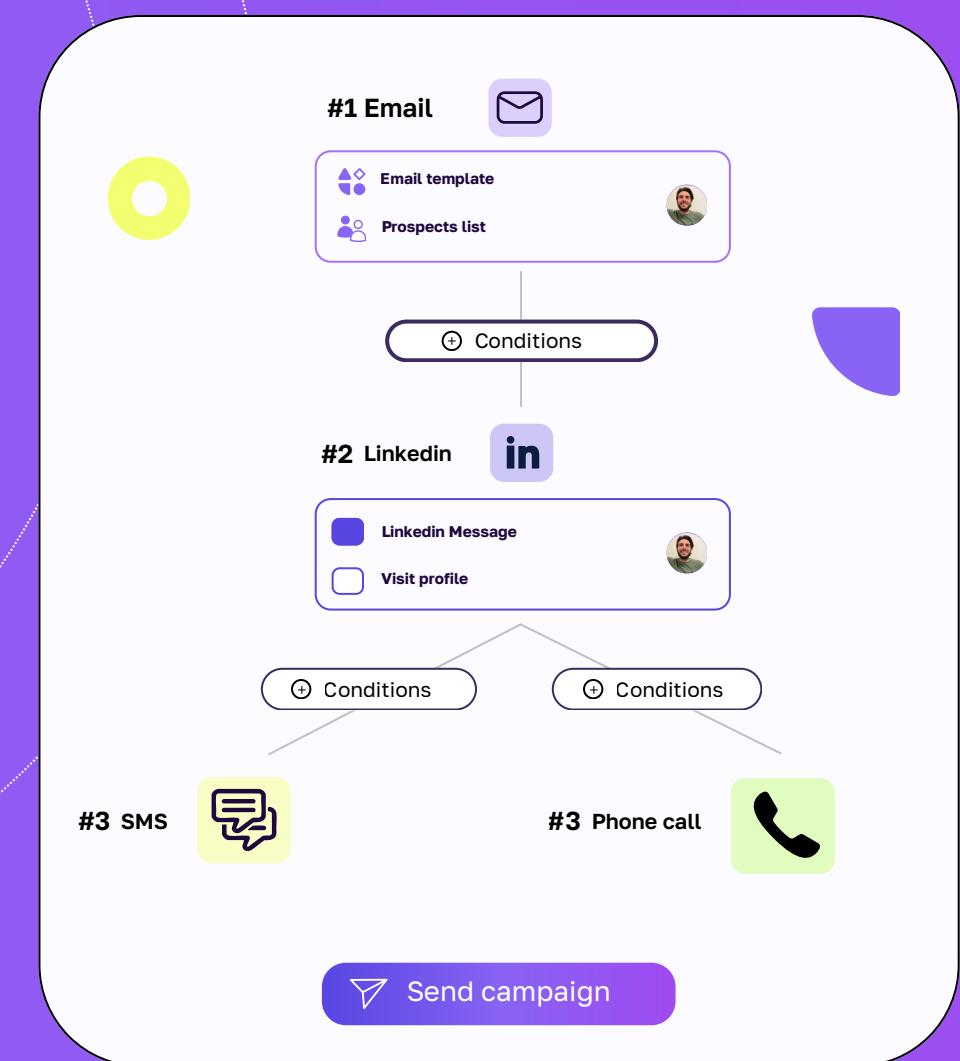
A screenshot of a digital marketing platform's lead database. It shows three entries:

- Mr. Nicolas Perret, Digital Agency, Head of Marketing, with a checkmark icon.
- Mr. Francois Kollie, Magileads, Marketing Director, with a checkmark icon.
- Mrs. Agnes Berry, Alma Conseil, Head of Marketing, with a checkmark icon.

A detailed view of a lead profile for Nicolas Perret from the digital agency. The profile includes:

- Profile picture of Nicolas Perret.
- Name: Nicolas Perret.
- Title: Head of Marketing.
- Company: Digital Agency.
- Email: pnicolas@digitalagency.com.
- Phone: +33 07 080 91 011.
- LinkedIn link: [visit profile](#).

#2 Campagnes multicanales



#3 Suivi des leads

A screenshot of a lead tracking interface. It shows a list of leads with their responses and next steps:

- Réponses Négatives (Red box)
- Réponses positives (Green box)
- A rappeler (Yellow box)

For each lead, there is a card with a profile picture, name, title, company, and a list of engagement metrics (likes, shares, comments).

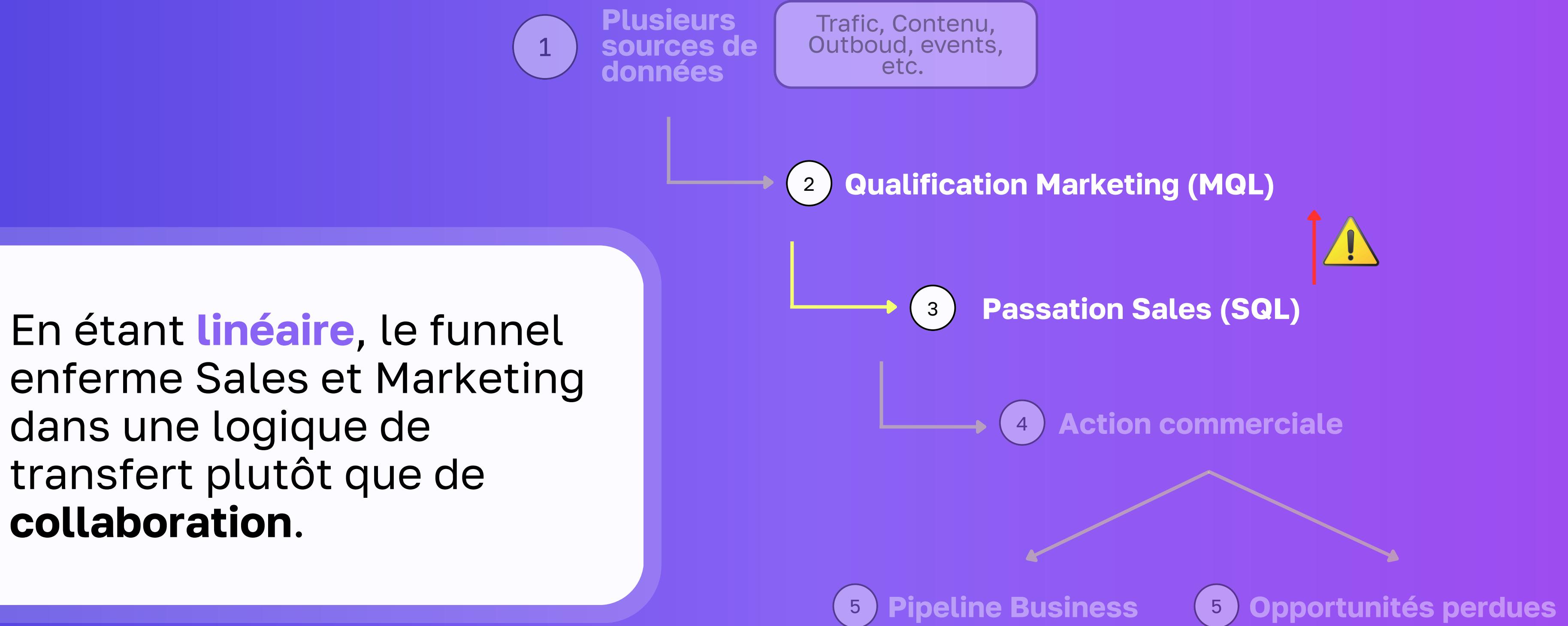




Un funnel problématique à plusieurs niveaux.

1

Dans sa structure

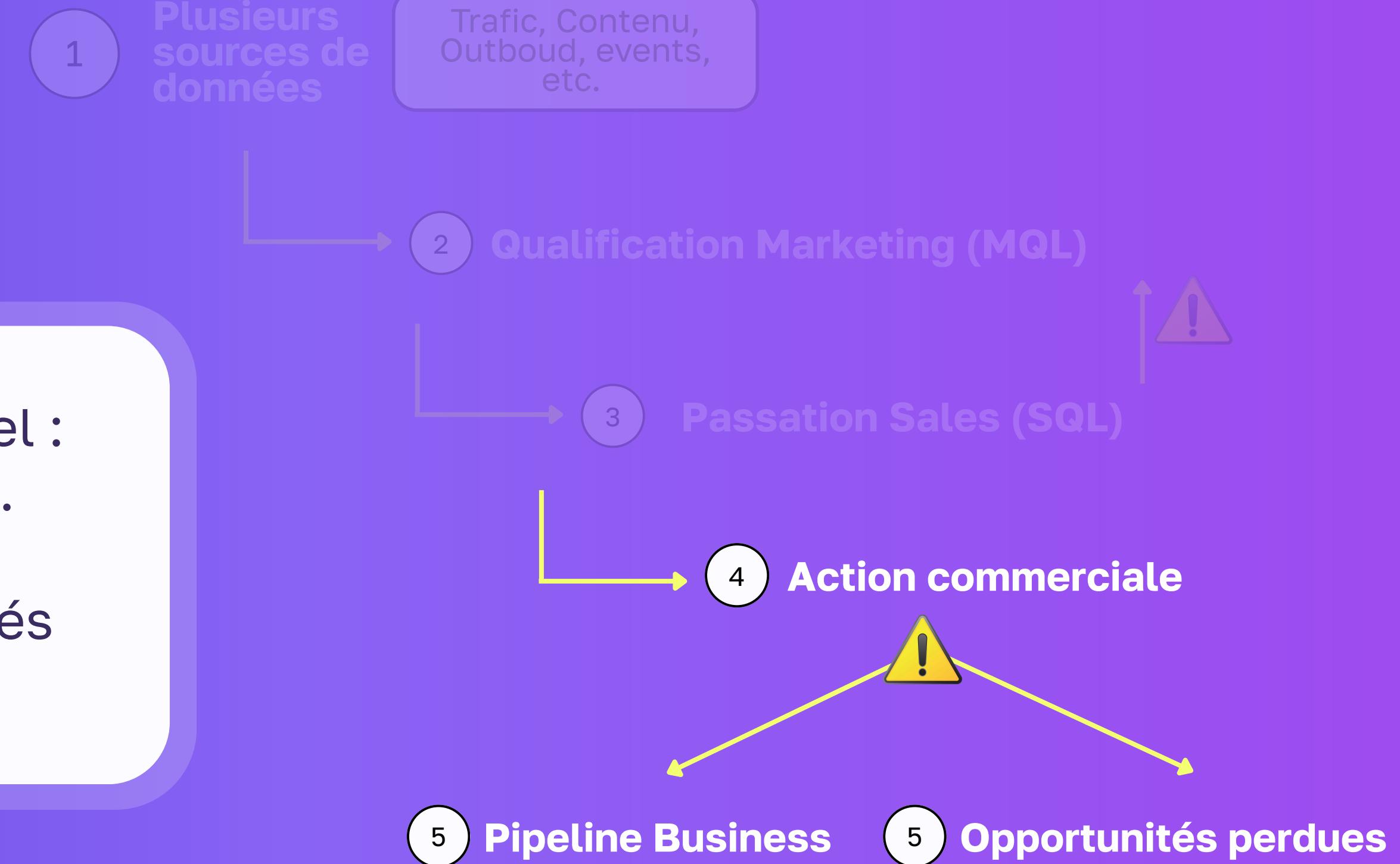


2

Dans sa finalité

La vision binaire de fin de funnel :
✓ Deal gagné ou ✗ Deal perdu.

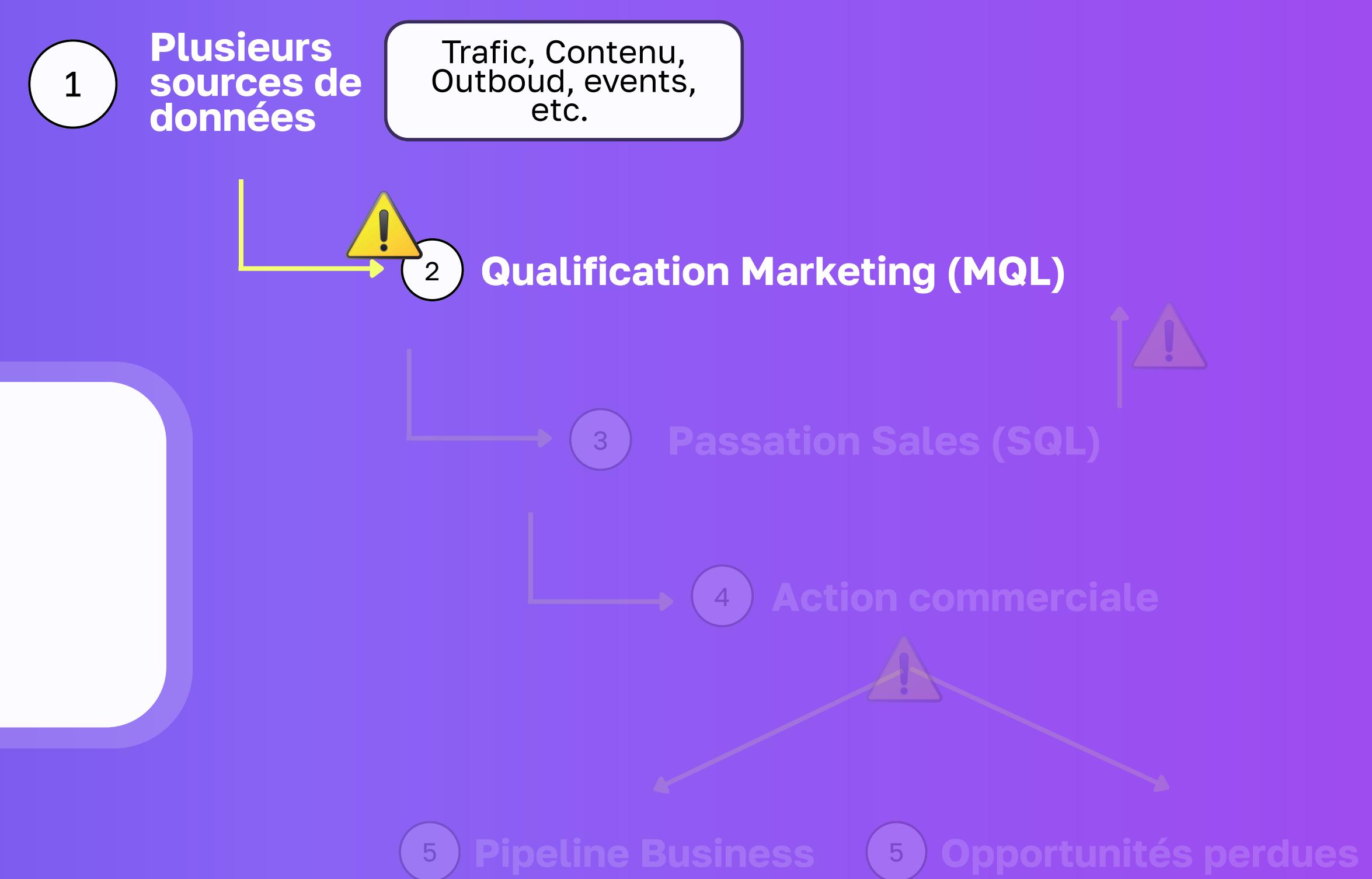
Fait passer à côté d'opportunités encore exploitables.



2

Dans sa pérennité

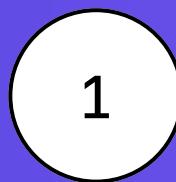
La culture du “**pipeline only**” empêche de nourrir l’apprentissage marketing.





Nos **4 leviers** pour aligner Sales et Marketing autour de la donnée.

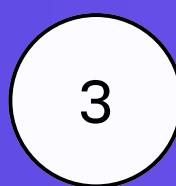
Spécial Outbound



Créer & centraliser la donnée



Activer & interpréter la donnée



Faire vivre la donnée



Capitaliser sur la donnée

1- Créer & centraliser la donnée

- Créer des listes en temps réel
- Identifier les informations contextuelles (enjeux business, signaux d'affaires, etc.)
- Agréger, dans un seul espace, la donnée de plusieurs sources

	Secteur d'activité	Meta Fonction	Business Model	Concurrent direct	NAF Code
Civility	Last name	First name	Job title		Email
	Madame	Huss	Sophie	Chief Marketing Officer & Sa...	sophie...
	Monsieur	Louis	Benoit	SALES & MARKETING DIREC...	benoit...
	Monsieur	Devictor	Benoit	Sales & Marketing Director	benoit...
	Madame	Renaud	Alexandr...	International Marketing Dire...	alexandr...
	Monsieur	Lapree	David	Sales and Marketing Director	david.l...
	Madame	Lucet	Tatiana	International Marketing Dire...	tatiana...

2- Activer & interpréter la donnée

- Personnaliser avec les bonnes variables
- Unifier les clés de performances entre Sales & Marketing
- Déetecter et répliquer les meilleures stratégies de campagne

The screenshot shows a CRM interface with three cards displaying campaign statistics:

- Card 1:** Bonjour %first_name%,
%2096_accroche_meta_fonction%.
Chez Magileads, nous accompagnons déjà %2096_concurrent_direct% sur des enjeux s...
Concrètement, nous leur fournissons des bases de données qualifiées et pilotons toutes de prospection multicanale.
- Card 2:** 510 / 618 > 39.64% > 5.97%
- Card 3:** 95 / 95 > 60.98% > 44%
- Card 4:** 2 588 / 3 100 > 36.25% > 8.22%

3- Faire vivre la donnée

- Capitaliser sur les signaux d'engagement
- Orchestrer la réactivation Sales & Marketing
- Créer un funnel d'opportunités dormantes

Etape 1 : définissez vos critères de nurturing

Choisissez les critères selon lesquels vos prospects intégreront automatiquement ce funnel de nurturing.

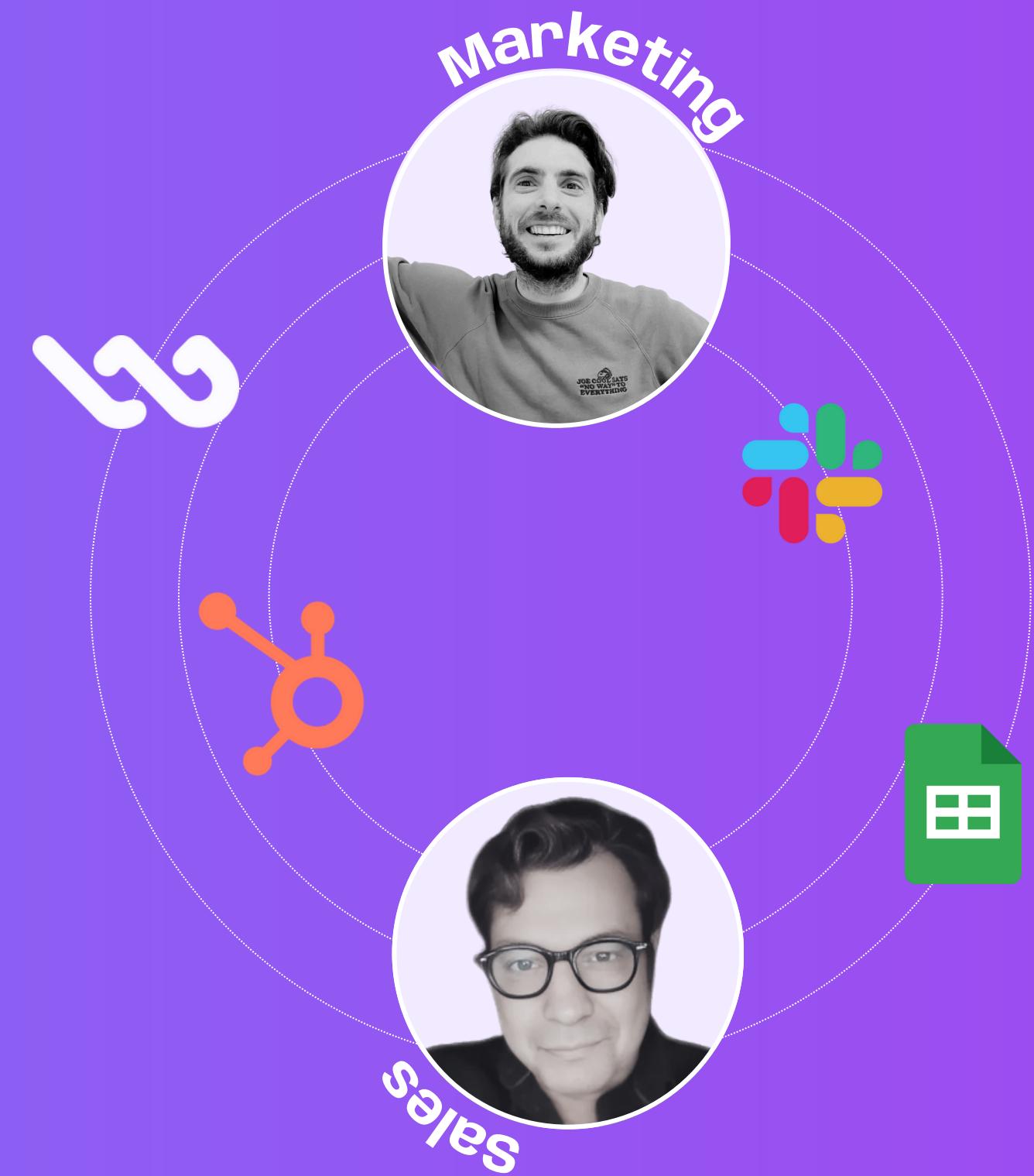


Lead	Nombre de Réponses	Nom	Titre	Tags
15	Répondeur	DE BELLOY LUC		-
53	Réponses positives	Michel Flavian	Responsable des ventes Arista Networks	MF
4	Réponse	Sacha Gh	Directeur co... Event Flow /	SG
15	Répondeur	Nathalie Painset	Business Developer Newcom - Textiles & Objets ...	NP
53	Réponses positives	Hermine Björkman Pezin	Co-fondateur Aerobuynow	HB
4	Réponse	Séverine R	Commercial Adn Conseil	SR

4- Capitaliser sur la donnée

La donnée, pour servir, doit descendre du marketing vers le terrain, puis remonter **enrichie** de :

- Objections récurrentes
- Signaux faibles & intentions détectées
- Raisons de succès ou d'échec
- Contexte des comptes clés
- Feedback qualité des leads



Rendre le funnel circulaire



Q&A



Testez Magileads
gratuitement
pendant **14 jours**



Scannez le QR code
our rdv sur
www.magileads.com



Nicolas Arnaud
Co-fondateur,
Magileads



Christian Martineau
Dir. développement,
Magileads - Ext