

# Dark Social et attribution B2B : mesurer l'impact de WhatsApp, Telegram et des communautés privées sur le pipeline

*Lien : https://innov-maroc.com/formation/dark-social-et-attribution-b2b-mesurer-limpact-de-whatsapp-telegram-et-des-communautes-privees-sur-le-pipeline*

DURÉE
**5 jours (35h)**

RÉFÉRENCE
**MAR92**

CATÉGORIE
**Web Analytics et Tracking**

INNOV MAROC

## 🎯 OBJECTIFS DE LA FORMATION

À l'issue de cette formation, vous serez capable de :

- Comprendre les mécanismes du Dark Social et son influence sur les parcours d’achat B2B.
- Identifier les interactions générées par WhatsApp, Telegram, messageries privées et communautés professionnelles.
- Cartographier les parcours clients intégrant des points de contact difficiles à mesurer.
- Mettre en place des dispositifs de tracking adaptés aux interactions Dark Social.
- Maîtriser les principaux modèles d’attribution Marketing B2B et leurs limites.
- Intégrer les données issues des canaux privés dans les CRM et plateformes de Marketing Automation.
- Exploiter les signaux communautaires et données disponibles pour identifier les opportunités commerciales.
- Construire des KPI et dashboards permettant de mesurer l’influence du Dark Social sur le pipeline.
- Évaluer la contribution et le ROI des actions menées sur les canaux privés et communautaires.
- Élaborer une stratégie Dark Social permettant d’améliorer durablement la génération et la conversion du pipeline B2B.

## 👥 POUR QUI ?

- Directeurs marketing et responsables Marketing B2B.
- Responsables Demand Generation, Growth Marketing et acquisition digitale.
- Responsables CRM, Marketing Automation et Customer Data.
- Responsables Social Media, Community Management et communautés professionnelles.
- Responsables communication digitale et stratégie de contenu B2B.
- Responsables commerciaux, Business Development et Sales Operations.
- Responsables Revenue Operations (RevOps) et pilotage du pipeline.
- Data Analysts, Marketing Analysts et spécialistes de l’attribution marketing.
- Consultants en stratégie digitale, Growth Marketing et transformation commerciale.
- Dirigeants souhaitant mesurer l’influence des conversations privées et communautés sur leur croissance commerciale.

INNOV MAROC



## Programme détaillé

### 1 / Fondamentaux du Dark Social dans le marketing B2B

- Comprendre les mécanismes du Dark Social et les interactions non directement visibles dans les outils d'Analytics.
- Identifier le rôle de WhatsApp, Telegram, messageries privées et communautés professionnelles dans le parcours d'achat B2B.
- Analyser l'influence des recommandations, partages privés et conversations communautaires sur la génération de leads.

### 2 / Parcours d'achat B2B et points de contact invisibles

- Cartographier les parcours clients intégrant des interactions privées et communautaires.
- Identifier les étapes où les prospects découvrent, évaluent et recommandent une marque hors des canaux mesurables.
- Relier les interactions Dark Social aux différentes étapes du funnel et du pipeline commercial.

### 3 / WhatsApp et génération de leads B2B

- Identifier les usages de WhatsApp dans la prospection, la recommandation et la relation commerciale.
- Mettre en place des mécanismes permettant d'identifier les leads provenant des conversations privées.
- Intégrer les interactions WhatsApp dans les processus CRM et le suivi des opportunités.

### 4 / Telegram et communautés privées professionnelles

- Analyser le rôle des groupes Telegram et communautés spécialisées dans l'influence B2B.
- Identifier les communautés à fort potentiel de génération de demande et d'opportunités commerciales.

INNOV MAROC

- Développer des stratégies d’animation, de contenu et d’engagement adaptées aux communautés privées.

### 5 / Tracking et traçabilité des interactions Dark Social

- Utiliser les UTM, liens personnalisés, landing pages et formulaires pour améliorer la traçabilité.
- Concevoir des dispositifs permettant de relier les campagnes aux leads et opportunités générés.
- Mettre en place une collecte de données respectueuse de la confidentialité et des règles de protection des données.

### 6 / Modèles d’attribution Marketing B2B

- Maîtriser les modèles First-Touch, Last-Touch, Multi-Touch et Position-Based Attribution.
- Identifier les limites des modèles classiques face aux interactions privées et communautaires.
- Construire une approche d’attribution permettant de mesurer la contribution réelle des différents points de contact.

### 7 / CRM, Marketing Automation et intégration des données

- Connecter les données issues des campagnes, communautés, formulaires et interactions commerciales au CRM.
- Automatiser la qualification, l’enrichissement et le suivi des leads issus du Dark Social.
- Réconcilier les données Marketing et Sales pour obtenir une vision unifiée du parcours prospect.

### 8 / Social Listening et analyse des signaux communautaires

- Identifier les signaux d’intention, recommandations et conversations influentes autour d’une marque.
- Exploiter les données accessibles légalement pour comprendre les dynamiques des communautés professionnelles.
- Transformer les insights communautaires en actions de contenu, prospection et développement commercial.

### 9 / KPI, dashboards et mesure de la contribution au pipeline

- Définir les KPI permettant de mesurer leads, opportunités, conversions et revenus influencés par le Dark Social.

INNOV MAROC

- Construire des dashboards reliant les activités communautaires aux performances Marketing et Sales.
- Mesurer la contribution et le ROI des canaux privés dans la création et l’accélération du pipeline.

### 10 / Stratégie Dark Social et croissance B2B

- Construire une stratégie Dark Social intégrée au dispositif global de Demand Generation.
- Optimiser l’articulation entre canaux publics, messageries privées, communautés et équipes commerciales.
- Élaborer une feuille de route permettant d’améliorer la mesure, l’influence et la conversion du pipeline B2B.

## Approche pédagogique

- Support Ecrit et Projection
- Exposés Interactifs, Podcasts et Vidéos
- Brainstorming et Jeux de Rôle
- Mises en Situation pour faciliter l'assimilation
- Cas Pratiques et Labs inclus pour leur impact opérationnel
- Test de Validation des Acquis des Connaissances

## Prochaines dates programmées

| | |
|---|---|
| 15 au 19 Fév. 2027 | Présentiel - Casablanca |
| 12 au 16 Avr. 2027 | Présentiel - Casablanca |
| 07 au 11 Juin 2027 | Présentiel - Casablanca |
| 02 au 06 Août 2027 | Présentiel - Casablanca |
| 27 Sep. au 01 Oct. 2027 | Présentiel - Casablanca |

Autres dates possibles sur demande. Contactez-nous pour organiser une session intra-entreprise.

INNOV MAROC

## Réservation & Renseignements

**Téléphone :** +212 522 247 210
**Email :** contact@innov-maroc.com
**Web :** https//www.innov-maroc.com


INNOV MAROC — Tous droits réservés

INNOV MAROC