

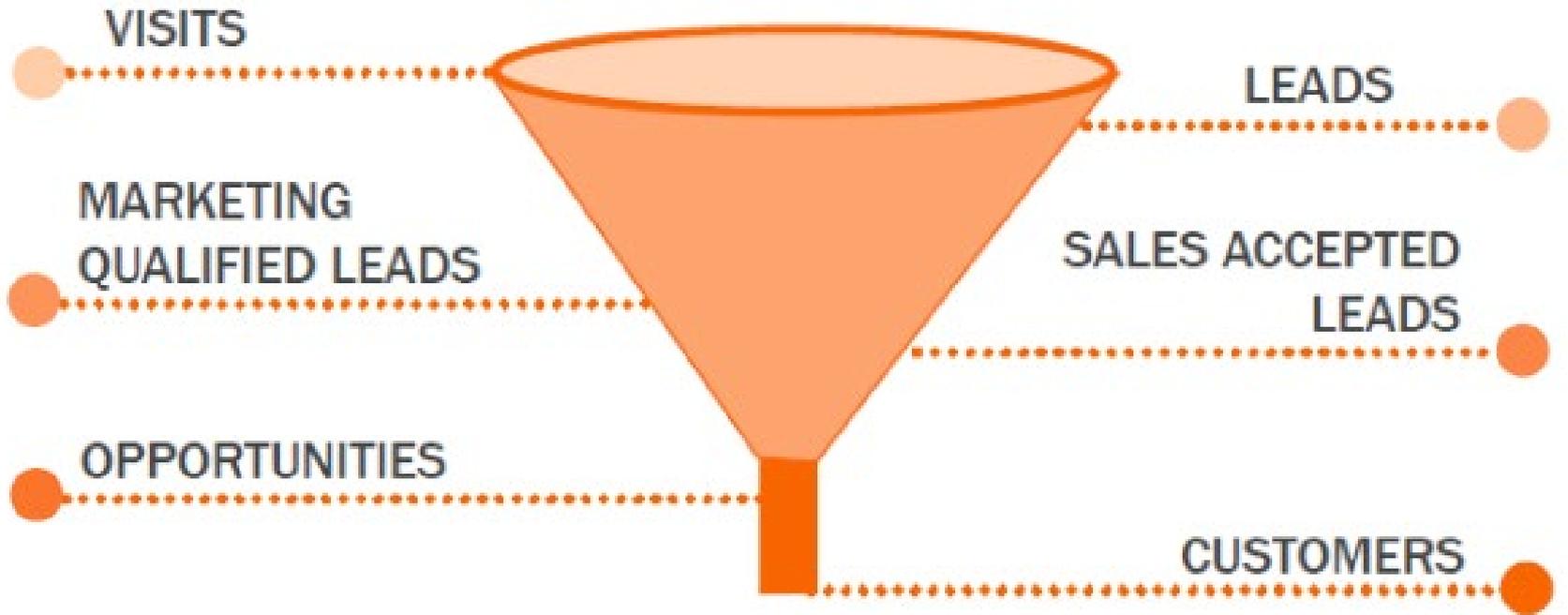


# Lead Scoring



# Sommaire

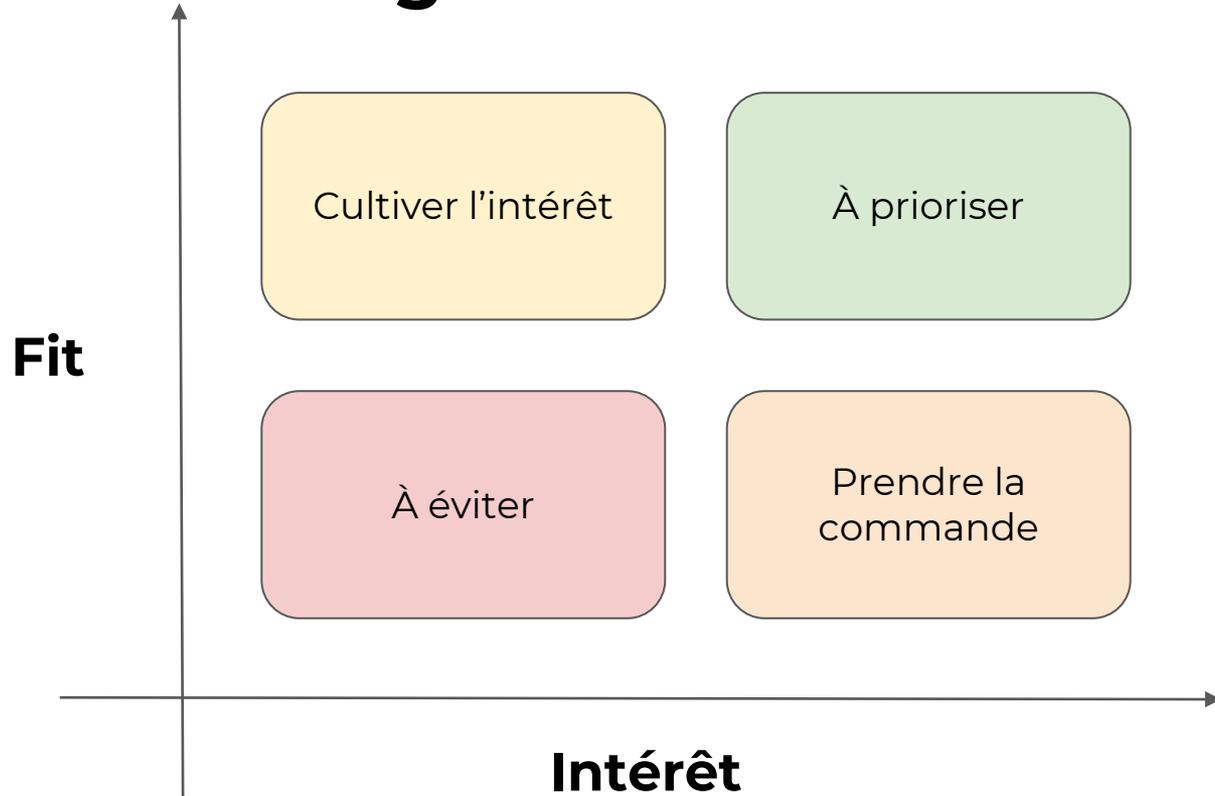
- **Comprendre le Lead Scoring**
- Les Avantages du Lead Scoring
- Les Critères de Qualification
- L'implémentation du Lead Scoring
- Session de Questions-Réponses



# Qu'est-ce que le lead scoring ?

Le lead scoring représente la valeur de chaque lead généré par une entreprise sous forme de points.

# Catégorisation des leads



# Pourquoi c'est important?

# Pourquoi c'est important?



# Pourquoi c'est important?

- Alignement entre les ventes et le marketing

Cultiver  
l'intérêt

À prioriser

À éviter

Prendre la  
commande

- Identifier les leads avec les meilleurs fit dans vos campagnes marketing

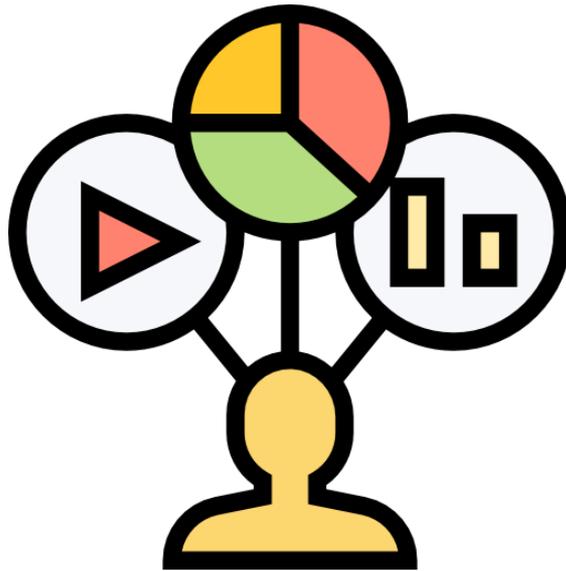
Cultiver  
l'intérêt

- Maximiser la performance des équipes de ventes

À prioriser

# Les Critères de Qualification

# Types de données utilisées pour le scoring



# Exemples de critère socio-démographiques

Niveau	Critère	Valeur	Points
Critique	Rôle	VP, Directeur des ventes	+15
Critique	Industrie	Technologie	+12
Critique	Nombre d'employés	200 - 1000	+10
Important	Pays	Canada	+8
Important	Nombre d'employés	50 - 199	+7
Influence	Pays	États-Unis	+4
Influence	Nombre d'employés	10 - 50	+2
Négatif	Nom de l'entreprise	Sans emploi	-15
Négatif	Rôle	Étudiant	-15

# Exemples de critère comportementaux

Niveau	Critère	Points
Critique	Téléchargement de l'essai gratuit	+15
Critique	Participation à une séance de démo	+13
Critique	Téléchargement d'une fiche produit	+11
Important	Téléchargement de contenu à valeur ajoutée	+8
Important	Nombre élevé de visites sur le site web	+7
Influence	Participation à un webinar	+4
Influence	Interaction il y a moins de 30 jours	+2
Négatif	Interaction il y a 30 à 60 jours	-5
Négatif	Interaction il y a plus de 60 jours	-15

# L'implémentation du Lead Scoring

# Comment définir mes critères??

- Caractéristiques de leads **devenus clients**
- Caractéristiques de leads ne sont **pas devenus clients**
- **ICP**

Basez vous sur ce que vous connaissez!!

# Utilisation d'un logiciel CRM

- **Comptabilise** le pointage pour vous
- Passation des leads aux ventes **automatisée**
- Utilisation de **champs progressifs**

Donnez y de l'amour!

# Conclusion



# Session questions-réponses

**Pour me joindre:**

[nbrien@parkour3.com](mailto:nbrien@parkour3.com)

514-887-1247

<https://www.linkedin.com/in/nicolas-brien1/>

