

5 ÉTAPES
POUR AUTOMATISER
SA GÉNÉRATION DE
LEADS (BTOB)



MASTERCLASS FILTERMAKER

1

CIBLER SON PERSONA

Identifiez le profil idéal de leads à prospecter et la manière précise d'y parvenir. C'est à dire identifier :

- La source web sur laquelle trouver la data pertinente : LinkedIn, Twitter, Facebook...ect.
- Le canal de prospection le plus approprié : Mail, Téléphone, Message LinkedIn...etc.



L'objectif du persona est de :

- Construire la série d'étapes permettant d'acquérir automatiquement des prospects qualifiés (Workflow) ;
- Mieux convertir Online & Offline ;
- Construire son workflow de prospection ;
- Apporter des supports plus pertinents.



Filtrer de manière à ne pas dépasser les 1 000 prospects.



2

IDENTIFIER LA SOURCE

Demandez-vous où sur le web, trouver les données utiles sur votre prospect.

- Identifier la meilleure période de contact des prospects ;
- Identifier les personnes à contacter ;
- Scorer les leads (les classer par ordre de valeur) ;
- Identifier la porte d'entrée ;
- Personnaliser les séquences d'outbound.

LinkedIn et sa version premium "Sales Navigator" sont des outils puissants qui vous permettent d'effectuer des recherches filtrées, particulièrement pertinentes en BtoB.



3

SCRAPER

Maintenant que votre cible est définie et que vous savez où trouver les données utiles, il faut les récupérer !

VOUS ALLEZ ALORS "SCRAPER"

De nombreux logiciels de webscraping existent, à vous de les tester et de voir lequel vous convient. Pour vous aiguiller, Filter Maker vous conseille l'un des 3 suivants :

➤ Phantom Buster ;



➤ Texau ;



➤ Captain Data.



Il faut faire attention aux limites quotidiennes par action sur chaque plateforme

4

ENRICHIR LA DONNÉE

L'enrichissement, c'est aller chercher des données manquantes, suite au scraping fait en amont.

Par exemple, vous avez scrapé des données sur LinkedIn mais pour certains prospects, il vous manque l'adresse mail. Vous allez alors rechercher ces données manquantes sur d'autres sites web.



De nombreuses sociétés d'enrichissement de données existent, mais attention à en choisir une qui respecte les normes RGPD.

Filter Maker recommande, par exemple, la société française "Drop contact".



5

AUTOMATISER

Automatiser les tâches et interconnecter les différents logiciels.

Comme pour les autres étapes, différents outils existent, à vous de les tester et de choisir celui qui vous convient.



Zapier



Integromat

Zapier a un peu plus d'intégration native qu'Integromat mais est beaucoup plus cher.



Les autres alternatives avec les meilleures intégrations :

> Lemlist

> Hubspot

> Salesforce

> Stripe

> Sellsy

> Mailchimp

> Hunter

> Texau



> Phantom Buster

> Webhook

> Growth-Hacking.io



A VOUS DE JOUER !



POUR RESTER INFORMÉ DE NOS
ACTUALITÉS & ÉVÉNEMENTS



SUIVEZ-NOUS

 @LRTechnopole

 La Rochelle Technopole

 www.larochelle-technopole.fr