

Marketing des Marketplaces B2B : connecter les acheteurs et les vendeurs sur les plateformes de commerce inter-entreprises

Lien : https://maroc-performance.com/formation/marketing-des-marketplaces-b2b-connecter-les-acheteurs-et-les-vendeurs-sur-les-plateformes-de-commerce-inter-entreprises

DURÉE
10 jours (70h)

RÉFÉRENCE
MAR144

CATÉGORIE
Subscription Economy, Marketplaces & Modèles Récurrents

Maroc Performance

OBJECTIFS DE LA FORMATION

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

- Comprendre les fondamentaux et les modèles économiques des marketplaces B2B.
- Identifier les facteurs clés permettant de connecter efficacement acheteurs et vendeurs professionnels.
- Construire une proposition de valeur attractive pour les deux côtés du marché.
- Développer des stratégies efficaces d’acquisition et d’activation des acheteurs B2B.
- Mettre en place des stratégies de recrutement, onboarding et fidélisation des vendeurs.
- Maîtriser les mécanismes de liquidité et d’effets de réseau propres aux marketplaces.
- Développer la visibilité des offres grâce au SEO, au Content Marketing et au Marketing Digital.
- Optimiser l’expérience utilisateur et les parcours d’achat B2B afin d’améliorer la conversion.
- Renforcer la confiance, la réputation et la sécurisation des transactions entre entreprises.
- Construire des modèles de pricing, commissionnement et monétisation performants.
- Exploiter la Data, l’IA et les moteurs de recommandation pour améliorer le matching entre offre et demande.
- Développer des stratégies de fidélisation et augmenter la Customer Lifetime Value des utilisateurs.
- Déployer des stratégies Account-Based Marketing pour conquérir et fidéliser les grands comptes.
- Piloter la croissance, la performance et la rentabilité d’une marketplace B2B à grande échelle.

Maroc Performance

POUR QUI ?

- Dirigeants et fondateurs de marketplaces B2B et plateformes de commerce inter-entreprises.
- Directeurs Marketing, Growth Marketing Managers et responsables acquisition digitale.
- Directeurs Commercial, Business Development Managers et responsables développement de plateformes.
- Responsables E-commerce, Marketplace Management et Digital Commerce.
- Responsables Product Management, UX/UI et expérience utilisateur.
- Responsables Achats, Procurement et transformation digitale des achats.
- Responsables Sales, Account Management et gestion des grands comptes.
- Responsables CRM, Customer Experience, fidélisation et Customer Success.
- Responsables Data, Analytics, IA et personnalisation des plateformes.
- Responsables SEO, Content Marketing, Social Media et génération de leads B2B.
- Responsables Pricing, Revenue Management et monétisation des plateformes.
- Entrepreneurs et startups développant des solutions de commerce digital B2B.
- Distributeurs, fabricants, grossistes et fournisseurs souhaitant développer leurs ventes via une marketplace.
- Consultants, experts et professionnels souhaitant concevoir, développer ou accélérer une marketplace B2B.

Maroc Performance



Programme détaillé

1 / Fondamentaux du Marketing des Marketplaces B2B

- Comprendre les spécificités économiques, commerciales et digitales des marketplaces inter-entreprises.
- Identifier les différents modèles de plateformes B2B et leurs mécanismes de création de valeur.
- Analyser les facteurs clés de succès d’une marketplace reliant efficacement acheteurs et vendeurs professionnels.

2 / Business Model et Architecture d’une Marketplace B2B

- Identifier les principaux modèles économiques : commission, abonnement, listing fees, transaction fees et services à valeur ajoutée.
- Concevoir une proposition de valeur différenciée pour les acheteurs et les vendeurs.
- Construire une architecture de marketplace favorisant la liquidité, la confiance et la croissance du réseau.

3 / Segmentation et Acquisition des Acheteurs B2B

- Identifier et segmenter les entreprises acheteuses selon leurs secteurs, besoins, volumes et comportements d’achat.
- Développer des stratégies d’acquisition adaptées aux décideurs, acheteurs et responsables achats.
- Optimiser les parcours d’inscription, de recherche, de comparaison et de conversion des acheteurs.

4 / Acquisition et Activation des Vendeurs Professionnels

- Identifier les fournisseurs, fabricants, distributeurs et prestataires susceptibles d’intégrer la plateforme.
- Construire des stratégies de recrutement, onboarding et activation des vendeurs.

Maroc Performance

- Développer des mécanismes permettant d’améliorer la qualité, la disponibilité et la diversité de l’offre.

5 / Stratégie de Liquidité et Effet de Réseau

- Comprendre les mécanismes d’effets de réseau propres aux marketplaces B2B.
- Développer des stratégies pour équilibrer l’offre et la demande sur la plateforme.
- Piloter la liquidité, la fréquence des transactions et la profondeur du catalogue.

6 / Marketplace SEO et Visibilité des Offres B2B

- Optimiser les fiches produits, catégories et contenus pour améliorer la visibilité dans les moteurs de recherche.
- Développer une stratégie SEO permettant d’attirer une demande B2B qualifiée.
- Exploiter le contenu, les données produits et la recherche interne pour augmenter la découvrabilité des offres.

7 / Marketing Digital et Lead Generation B2B

- Déployer des stratégies d’acquisition via Search, Social Media, Email Marketing et Content Marketing.
- Concevoir des campagnes de génération de leads adaptées aux cycles de vente B2B.
- Exploiter le Marketing Automation et le CRM pour convertir les prospects en utilisateurs actifs.

8 / Expérience Utilisateur et Customer Journey B2B

- Concevoir des parcours simples et efficaces pour la recherche, comparaison, négociation et achat.
- Optimiser l’UX/UI de la marketplace selon les besoins des acheteurs et vendeurs professionnels.
- Réduire les frictions à chaque étape du parcours afin d’améliorer les taux de conversion et de réachat.

9 / Confiance, Réputation et Sécurisation des Transactions

- Construire des mécanismes de confiance entre entreprises acheteuses et vendeuses.
- Mettre en place des systèmes de vérification, notation, certification et réputation des acteurs.
- Développer des dispositifs de sécurisation des paiements, commandes, litiges et transactions.

Maroc Performance

10 / Pricing, Commissionnement et Monetisation de la Marketplace

- Définir une stratégie de tarification adaptée aux différents profils d’utilisateurs.
- Optimiser les commissions, abonnements, frais de transaction et services premium.
- Analyser l’élasticité-prix, la rentabilité et la valeur générée pour chaque catégorie d’utilisateur.

11 / Personnalisation, Data Marketing et Recommandation

- Exploiter les données transactionnelles, comportementales et commerciales pour mieux comprendre les utilisateurs.
- Développer des moteurs de recommandation et des mécanismes de personnalisation des offres.
- Utiliser l’IA et le Machine Learning pour améliorer le matching entre acheteurs et vendeurs.

12 / Fidélisation, Engagement et Customer Lifetime Value

- Développer des stratégies de rétention pour augmenter la fréquence et la valeur des transactions.
- Concevoir des programmes de fidélisation adaptés aux entreprises et aux comptes stratégiques.
- Piloter la Customer Lifetime Value et identifier les leviers d’augmentation du revenu par utilisateur.

13 / Account-Based Marketing et Grands Comptes

- Identifier les comptes stratégiques présentant le plus fort potentiel commercial pour la marketplace.
- Déployer des stratégies d’Account-Based Marketing et d’Account-Based Selling adaptées aux grands comptes.
- Construire des offres, parcours et services personnalisés pour les acheteurs et vendeurs à forte valeur.

14 / Pilotage de la Performance et Stratégie de Croissance de la Marketplace

- Définir les KPI essentiels : GMV, conversion, CAC, LTV, take rate, rétention et fréquence transactionnelle.
- Construire des tableaux de bord permettant de piloter simultanément l’offre, la demande et la performance commerciale.
- Élaborer une stratégie de croissance scalable permettant d’accroître la liquidité, les transactions et la rentabilité de la marketplace.

Maroc Performance

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

30 Nov. au 11 Déc. 2026	Présentiel -
04 au 15 Jan. 2027	Présentiel - Casablanca
01 au 12 Mars 2027	Présentiel - Casablanca
26 Avr. au 07 Mai 2027	Présentiel - Casablanca
21 Juin au 02 Juil. 2027	Présentiel - Casablanca

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

Réservation & Renseignements

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

Maroc Performance

Maroc Performance — Tous droits réservés