

Phase 1 : Démarrer rapidement avec Sage Partner Marketing

Pour une expérience optimale, téléchargez ce manuel et ouvrez-le dans Adobe Reader. [Télécharger Adobe Reader ici.](#)

Sage



Travaillons ensemble !

Objet du présent guide

Ce guide fournit une vue d'ensemble du programme Sage Partner Marketing, ainsi que des ressources pour développer votre stratégie marketing.

Objectif de cette phase

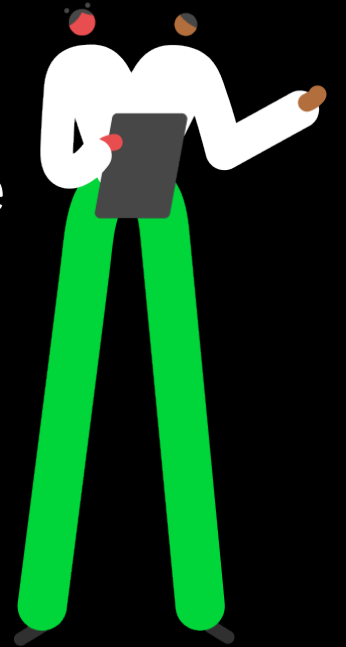
Au cours de cette phase, élaborer un plan marketing que vous joindrez à votre Business Plan Sage.

Prochaines étapes

Après avoir terminé cette phase avec succès, vous commencez le processus d'intégration marketing avec Sage Partner Marketing.

Votre stratégie marketing est le fondement de votre Business Plan.

Assurez-vous qu'il soit solide.



Étapes de la phase de pré-intégration

Jours 1 à 7



Familiarisez-vous avec
les outils et
plateformes Sage

Jour 8



Rencontrez l'équipe
marketing
partenaires Sage

**Jours 9 à
30**



Rédigez votre plan
marketing à l'aide des
ressources Sage

**Jour 31 et
au-delà**



Passez en revue votre
plan marketing avec
l'équipe Sage

Jours 1 à 7

Jours 8

Jours 9 à 30

Jours 31 et
au delà



Familiarisez-vous avec les outils et plateformes Sage.

Sage Partner Marketing Hub

Référez-vous aux ressources marketing à votre disposition.

[Comment s'inscrire](#)

Sage University

Créez un plan pour améliorer les compétences et certifier les membres de votre équipe à l'aide de ces ressources de formation éprouvées.

[Comment s'inscrire](#)

Sage MDF

Faites une demande* de fonds de développement marketing (MDF) et suivez vos demandes en un seul endroit grâce à Ansira.

*S'inscrire à la phase 2

Règles de co-marketing des partenaires

Découvrez les meilleures pratiques pour créer des supports de co-marketing avec la marque Sage.



Rencontrez l'équipe marketing partenaires Sage

Planifiez un appel avec les experts Sage pour :

- Valider votre public cible, votre secteur d'activité et les besoins du marché
- Trouver des moyens de se différencier de la concurrence
- Développer des idées pour votre stratégie de mise sur le marché
- Apprendre à exploiter les ressources marketing Sage

Donnez un coup d'accélérateur à votre succès grâce aux précieux conseils de l'équipe marketing partenaires Sage.

Précieux conseils de l'équipe marketing partenaires Sage.

Jours 1–7

Jour 8

Jours 9 à 30

Jours 31 et
au-delà



Rédigez votre plan marketing

Commencez à créer votre [plan marketing Sage](#).

Utilisez les ressources de Sage dans [le programme de formation l'accélérateur marketing](#) pour commencer.

Découvrez une [liste des activités tactiques](#) qui seront nécessaires au cours de la phase d'intégration marketing de six mois et réfléchissez à la manière de les inclure dans votre plan.

Sage | University

Cycle de formation L'accélérateur marketing

**Pour accéder à ces formations, vous devrez vous connecter à Sage University à partir d'un profil Partenaire agréé.



Les
fondamentaux

Niveau débutant

[Voir le détail de la formation](#)



L'accélérateur
marketing

Niveau intermédiaire

[Voir le détail de la formation](#)



L'accélération
cloud

Niveau expert

[Voir le détail de la formation](#)



Ressources
complémentaires

[Voir les ressources](#)

Jours 1 à 7

Jour 8

Jours 9 à 30

Jours 31 et
au-delà



Passez en revue votre plan marketing avec Sage

Partagez votre plan avec [l'équipe marketing partenaires Sage](#) et obtenez leur aide pour le réviser. Affinez-le si nécessaire.

Ajoutez le plan marketing final approuvé à votre Business Plan, afin de pouvoir l'utiliser dès le premier jour.

Commencez à
construire votre
entonnoir dès le
premier jour avec un
plan marketing
approuvé.

Félicitations : Vous êtes prêt pour la phase suivante !

À ce stade, vous avez :

- Une compréhension claire de votre marché cible et des moyens pour vous différencier
- Un plan marketing pour générer de la demande auprès de votre public cible
- Une solide compréhension de la marque Sage
- Une connexion aux plateformes partenaires Sage et une connaissance des avantages
- Un calendrier de formation établi pour Sage University



Aperçu : Étapes de la phase 2

Le guide d'intégration marketing de la phase 2 fournit des conseils pour vous aider à mettre en œuvre votre plan marketing. L'objectif est de devenir autonome en six mois.

Mois 1



Démarrer une
séance
d'orientation avec
l'équipe locale

Mois 2



Se pencher sur les
campagnes et les
programmes

Mois 3



Lancer des
programmes
marketing

Mois 4 à 6

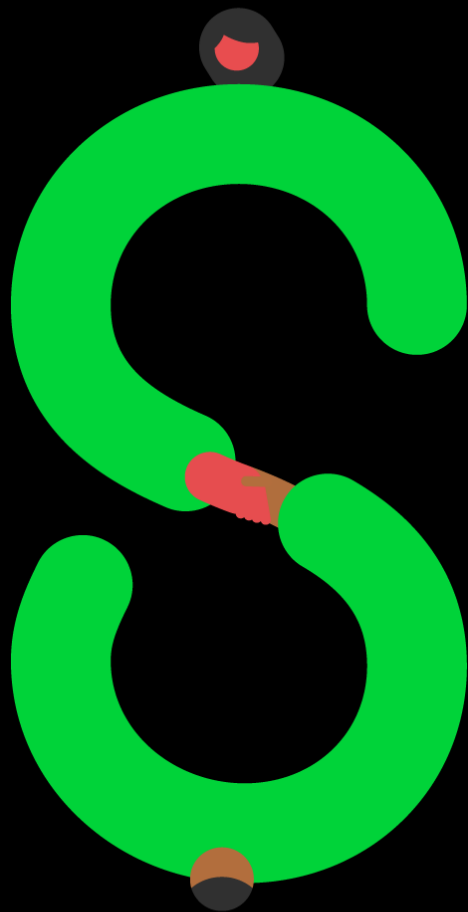


Participer aux
réunions de suivi
bihebdomadaires

Mois 6



Effectuer une
analyse marketing
trimestrielle



Sage Marketing Partner Hub

[Retour](#)

Description

Téléchargez et personnalisez les supports marketing et de soutien aux ventes de Sage Intacct à partir d'une bibliothèque complète.

Le contenu de Sage Intacct est disponible via des liens approuvés lors de l'intégration.

S'inscrire sur la plateforme

Demander l'accès via [Sage Partner Hub](#)

- URL de connexion : <https://www.sage-partner-marketing-hub.com>
- Pour obtenir de l'aide par e-mail : Marketing.Partenaires@sage.com

[Les ressources Sage Intacct](#)

Description

Créez un plan pour former et certifier votre équipe en utilisant nos ressources de formation éprouvées.

Nous avons mis en place une plateforme facile à utiliser où vous pouvez trouver les ressources dont vous avez besoin.

S'inscrire à la plateforme

Pour demander un accès, créez un compte sur la [Page d'inscription à Sage University](#).

Explorer les ressources et les guides

[En savoir plus sur Sage University](#) et classez les informations par produit, ainsi que par type de formation et de cours.

Remarque : Certains documents de Sage University ne sont disponibles qu'avec un numéro de compte Sage Partner, qui est accordé après avoir terminé la phase de pré-intégration.

Activités tactiques

[Retour](#)

Activité	Éléments à prendre en compte pour rédiger de votre plan marketing
Ajouter les offres Sage à votre site web	• Vous pouvez utiliser le contenu de Sage.com ou du Partner Marketing Hub pour rédiger et ajouter du contenu Sage Intacct à votre site web. • Si vous faites appel à une agence existante, quel est le budget à prévoir ?
Maximiser les résultats du référencement	• Prévoyez-vous d'utiliser le paiement au clic ? Si oui, quel est votre budget ? • Qui sera la personne chargée du référencement ? Avez-vous besoin d'embaucher quelqu'un ?
Personnaliser, programmer et publier des blogs	• Avez-vous actuellement un blog ? Si ce n'est pas le cas, quel est votre plan pour en créer un ? • Comment ces blogs s'intégreront-ils dans votre flux de contenu ? • Qui rédigera les blogs ? • Y'a-t-il des implications budgétaires liées à ces décisions ?

Activités tactiques, diapositive 1 sur 3

Activités tactiques

[Retour](#)

Activité	Éléments à prendre en compte pour rédiger de votre plan marketing
Maximiser les kits de campagnes Sage	• Quels outil ou ressource d'automatisation marketing allez-vous utiliser pour mener vos campagnes ? • L'une des campagnes existantes convient-elle à votre public cible, ou devez-vous modifier les ressources ? • Réinventer sa gestion financière avec l'IA et analytics
Préparez-vous à trouver votre premier client pour commencer à construire votre entonnoir de prospects	• Quelle liste de clients potentiels pouvez-vous contacter pour annoncer votre partenariat avec Sage ? Avez-vous déjà une liste ? Devez-vous en acheter une ? • Qui assurera le suivi des prospects ? • Comment allez-vous faire passer les prospects dans l'entonnoir pour créer des opportunités de vente qualifiée (SQO) ?

Activités tactiques, diapositive 2 sur 3

Activités tactiques

[Retour](#)

Activité	Éléments à prendre en compte pour rédiger de votre plan marketing
Préparer un programme de télémarketing	• Qui sera en charge de travailler avec l'agence de télémarketing pour élaborer le script d'appel et le contenu d'accompagnement pour contacter les prospects ? • De quoi avez-vous besoin pour soutenir ce programme ? • Discutez de votre client idéal, de votre public cible et de votre/vos marché(s) vertical(aux)
Plan d'allocation du fonds de développement marketing (MDF)	Comment le MDF va-t-il contribuer à soutenir les activités que vous avez prévues dans votre stratégie de mise sur le marché ? • Partenaires Possibilité de demander du MDF et d'accéder aux campagnes et aux ressources via des portails en libre-service

Activités tactiques, diapositive 3 sur 3