



## Section 3

# Buyer Personas et segmentation

# Les Buyer Personas Global Partner

- Definition : profil type d'acheteur base sur les donnees reelles du CRM
- Personas GP segmentes par verticale metier et role d'achat
- Criteres de definition : taille entreprise (ICP), secteur, fonction du contact, enjeux metier
- Utilisation : personnaliser les emails, cibler les campagnes, prioriser la prospection
- Alignement Marketing-BDR : memes personas, memes criteres de qualification



# Segmentation par Verticale et ICP

- ICP (Ideal Customer Profile) : criteres firmographiques de l'entreprise cible
- Segmentation par Verticale metier : 8 verticales GP (Notaires, EC, Avocats, Industrie, Transport, Medico-social, ESS, Commissaires)
- Segmentation par taille (PME, ETI, GE) via categorie INSEE
- Segmentation geographique (departement, region)
- Scoring predictif HubSpot (hs\_predictivecontactscore\_v2) pour prioriser



# Creation de listes actives et segments intelligents

## Liste statique vs Liste dynamique (active)

- Statique = photo (snapshot) : figée, pour import ponctuel ou exclusion manuelle
- Dynamique = video (temps reel) : mise a jour automatique, pour segmentation marketing et workflows

## Exemples de segments GP

- Clients actifs Industrie avec affaire gagnée
- Contacts MQL non traités depuis 7 jours
- Entreprises PME IdF sans commercial assigné
- Contacts Tier 1 (score élevé) non contactés



## Exercice : Créer des segments pour vos verticales

- Créer une liste dynamique 'Clients actifs [votre verticale]'
- Ajouter les critères : statut\_client = Actif + Verticale = [votre verticale]
- Créer une liste 'Prospects PME non contactés' avec critères ICP
- Vérifier le nombre de contacts dans chaque segment
- Sauvegarder les listes pour usage dans les campagnes et workflows

