

ROUTE TO BUSINESS

4 avenue AVENUE JOANNES HUBERT
69160 TASSIN-LA-DEMI-LUNE
Email: anaissoragna@route2business.fr
Tel: +33478725264



Formation Product-Led Growth : stratégie PLG et Growth Marketing pour accélérer la croissance de votre SaaS

Les éditeurs SaaS qui croissent le plus vite ont un point commun : leur produit est leur premier commercial. Pas leur équipe Sales. Pas leur budget publicitaire. Leur produit.

Cette formation de 3 jours est la seule qui traite conjointement le PLG et le Growth Marketing, parce qu'on ne peut pas faire l'un sans l'autre. Vous repartirez avec une stratégie claire, des métriques actionnables et une feuille de route à 90 jours co-construite avec votre équipe — sur votre produit, votre marché, vos enjeux réels.

Durée: 21.00 heures (3.00 jours)

Avis clients : Nouvelle formation

Profils des stagiaires

- PMM, Product Managers, Directeurs Offre, Responsable Marketing, chargé de marketing et communication d'éditeurs de logiciels.

Prérequis

- Avoir une connaissance de base de son marché cible, de son positionnement et des environnements SaaS

Objectifs pédagogiques

- Comprendre les fondements du Product-Led Growth et son articulation avec le Growth Marketing
- Maîtriser le modèle AARRR appliqué au PLG SaaS
- Comprendre le rôle central de la data et de l'expérimentation dans une démarche PLG
- Évaluer la maturité PLG de votre offre et définir votre stratégie de commercialisation Product-Led
- Concevoir et optimiser votre funnel PLG de l'activation au revenu
- Construire votre système de métriques PLG et vos scénarios d'automatisation
- Co-construire une feuille de route PLG à 90 jours engageante pour votre équipe

Contenu de la formation

- Jour 1 : Les fondations : PLG, positionnement et ICP
- Module 1 - Pourquoi le PLG change tout pour votre SaaS
 - Du Sales-Led au Product-Led : les 3 modèles de commercialisation (SLG, MLG, PLG) et leurs implications concrètes
 - Les conditions du PLG : PMF, onboarding, données d'usage — ce qu'il faut avoir en place avant d'accélérer
 - PLG ≠ self-service : le modèle hybride PLG + Sales-assist adapté aux cycles B2B complexes
 - Analyse des résultats du questionnaire de cadrage : où en est votre offre par rapport au PLG ?
 - Atelier collectif : Diagnostic PLG de votre offre — évaluation collective sur 10 critères, identification des forces et des chantiers prioritaires
- Module 2 - Product-Market Fit et les 5 Fits du Growth

Date de mise à jour du programme : 18/06/2026

ROUTE TO BUSINESS

4 avenue AVENUE JOANNES HUBERT
69160 TASSIN-LA-DEMI-LUNE
Email: anaissoragna@route2business.fr
Tel: +33478725264



- PMF : les indicateurs qui confirment qu'on est prêt à accélérer (Sean Ellis Test, courbe de rétention, NPS)
- Les 5 Fits du Growth SaaS : Product-Channel, Channel-Model, Model-Market, Channel-Market, Model-Product
- Comment le PMM contribue à la détection et à l'amélioration continue du PMF
- Atelier collectif : Évaluation des Fits de votre offre — quels Fits sont atteints, lesquels freinent votre croissance ?
- Module 3 - ICP, Personas et Jobs-to-be-Done
 - ICP avec lecture PLG : signaux comportementaux en plus des critères firmographiques
 - Jobs-to-be-Done (JTBD) : comprendre pourquoi un utilisateur « embauche » votre produit
 - L'utilisateur avant l'acheteur : en quoi l'ICP PLG diffère de l'ICP Sales-Led
 - Définir le PQL (Product Qualified Lead) : les signaux comportementaux qui déclenchent l'intervention Sales
 - Atelier collectif : Co-construction de l'ICP PLG de votre offre et définition des premiers PQL — livrable utilisable en sortie de session
- Module 4 - Stratégie de commercialisation Product-Led
 - Freemium vs Free Trial vs Reverse Trial : choisir le bon modèle selon son marché
 - Packaging PLG : créer des paliers qui favorisent la conversion naturelle (usage → upgrade)
 - Pricing PLG : modèles usage-based, seat-based, value-based — avantages et pièges
 - Le « Aha Moment » : identifier et raccourcir le chemin vers la valeur perçue
 - Atelier collectif : Évaluation de votre modèle de commercialisation actuel — identifier les ajustements PLG prioritaires et définir votre Aha Moment
- Jour 2 : Le funnel PLG : de l'Activation au Revenue
- Module 5 - Activation & Onboarding PLG
 - Objectifs de l'Activation dans un modèle PLG : Time-to-Value (TTV) comme métrique clé
 - Les patterns d'onboarding in-app qui fonctionnent : checklists, tooltips, empty states, progress bars
 - Onboarding email et onboarding produit : les faire travailler ensemble
 - Mesurer l'Activation : définir ses métriques d'activation dans son contexte
 - Les erreurs classiques d'onboarding chez les éditeurs B2B
 - Atelier collectif : Cartographie et amélioration du parcours d'onboarding actuel — identifier les points de friction, proposer un parcours cible pour réduire le TTV — livrable utilisable en sortie de session
- Module 6 - Acquisition PLG
 - Les canaux d'acquisition adaptés au PLG SaaS B2B : SEO produit, G2/Capterra, communautés, LinkedIn, cold email PLG-friendly
 - Content-Led Growth : créer du contenu qui amène des utilisateurs dans le produit
 - Community-Led Growth : la communauté d'utilisateurs comme canal d'acquisition durable
 - La méthode ICE Score pour prioriser les canaux avec des ressources limitées
 - Atelier collectif : Construction de l'ICE Score sur vos canaux actuels et potentiels — sélection collective des 3 canaux prioritaires à activer ou renforcer
- Module 7 - Rétention & Adoption produit
 - Principe et enjeux de la rétention dans un modèle SaaS PLG : churn logo vs churn revenu
 - Les données d'usage comme boussole : taux de connexion, feature adoption rate, récence, profondeur d'usage
 - Construire son Health Score utilisateur pour détecter les risques de churn et les opportunités d'upsell
 - Actions de rétention déclenchées par le comportement : in-app guides, alertes, nudges
 - Mesurer la stickiness : DAU/MAU, rétention par cohorte

Date de mise à jour du programme : 18/06/2026

ROUTE TO BUSINESS

4 avenue AVENUE JOANNES HUBERT
69160 TASSIN-LA-DEMI-LUNE
Email: anaissoragna@route2business.fr
Tel: +33478725264



- Atelier collectif : Définition des indicateurs de rétention de votre offre et construction d'un premier modèle de Health Score — livrable utilisable en sortie de session
- Module 8 - Referral & Effets viraux
 - Le Referral dans un modèle PLG : viral loops intégrés au produit vs programmes de recommandation externes
 - Coefficient viral et conditions pour qu'un produit SaaS B2B devienne viral
 - Construire un programme de referral adapté à son marché : mécaniques, incentives, suivi
 - NPS actionnable : transformer les promoteurs en ambassadeurs actifs
 - Atelier collectif : Identifier les points d'intégration d'une mécanique de referral dans votre produit et évaluer le potentiel viral de votre offre
- Jour 3 : Revenu, Data, Expérimentation et feuille de route
- Module 9 - Revenu & Expansion
 - Modèles de monétisation PLG : de l'acquisition gratuite au revenu d'expansion
 - Upsell déclenché par l'usage : identifier les signaux qui indiquent qu'un utilisateur est prêt à upgrader
 - Cross-sell et expansion account : faire grandir le revenu par client (NRR > 100%)
 - Actions pour convertir un utilisateur freemium ou en trial vers une version payante
 - Lien entre CSM et PLG : le Customer Success comme moteur d'expansion revenue
 - Atelier collectif : Co-construction de la séquence de conversion usage → upgrade de votre offre — identification des signaux déclencheurs et des actions associées — livrable utilisable en sortie de session
- Module 10 - La Data et les métriques Growth PLG
 - Les métriques PLG incontournables : TTV, PQL conversion rate, Feature Adoption Rate, Expansion MRR, NRR
 - OMTM (One Metric That Matters) : choisir la métrique de croissance prioritaire selon votre phase
 - Hard Data & Soft Data : instrumentation produit (Mixpanel, Amplitude, PostHog) vs retours qualitatifs
 - Construction du dashboard Growth PLG adapté à votre contexte
 - Atelier collectif : Définition de l'arbre de métriques PLG de votre offre et identification de votre métrique nord — livrable dashboard prêt à implémenter
- Module 11 - Expérimentation et automatisation Growth
 - Le processus d'expérimentation : hypothèse → test → mesure → itération
 - Ce qu'on peut tester avec des ressources limitées : pricing page, onboarding flow, emails d'activation
 - Les scénarios d'automation PLG : triggers comportementaux (activation, inactivité, milestone produit, PQL)
 - Les outils no-code pour l'automation Growth : Customer.io, Intercom, HubSpot Sequences
 - L'IA dans le Growth Marketing : personnalisation, scoring automatique, génération de contenu
 - Atelier collectif : Rédaction de 3 hypothèses de croissance prioritaires et cartographie des scénarios d'automation à implémenter en priorité
- Module 12 - Feuille de route PLG et plan d'action collectif
 - Le rôle du PMM dans une organisation PLG : interface Produit / Marketing / Sales
 - PLG Sales-Assist : quand et comment les Sales interviennent sur des PQL
 - Synthèse des livrables produits pendant les 3 jours
 - Atelier final : Co-construction de la feuille de route PLG à 90 jours — priorisation collective des chantiers, attribution des responsabilités, définition des jalons — livrable engageant pour l'équipe
- Après la formation - Session de suivi (30 à 60 jours après) 52h
 - Faire le point sur l'avancement de la feuille de route à 90 jours
 - Identifier les blocages rencontrés et co-construire des solutions

Date de mise à jour du programme : 18/06/2026

ROUTE TO BUSINESS

4 avenue AVENUE JOANNES HUBERT
69160 TASSIN-LA-DEMI-LUNE
Email: anaissoragna@route2business.fr
Tel: +33478725264



- Valider les premiers résultats mesurés sur les métriques PLG définies en formation
- Ajuster les priorités si nécessaire

Organisation de la formation

Equipe pédagogique

Alesya Yunusova - Formatrice et responsable technique
Spécialiste en Marketing Opérationnel des éditeurs de logiciels
@ : alesyayunusova@route2business.fr
Tel : 06 78 98 64 16

Didier Fraisse - Formateur et responsable pédagogique
Spécialiste en Stratégie et Business Model Editeurs
@ : didierfraisse@route2business.fr
Tel : 06 72 52 68 80

Anaïs Soragna
Responsable Administrative / Référente Handicap
Tel : 04.78.72.52.64
@ : anaissoragna@route2business.fr

Moyens pédagogiques et techniques

- Exemples du secteur d'édition de logiciels, SaaS
- Exercices pratiques sur le cas des entreprises participantes
- animateurs ayant une forte expérience en outils en question
- Accès à une plateforme LMS
- Support de formation numérique
- Nombreux livrables
- Formation en présentiel : accès à une salle de formation équipée
- Salle de visioconférence

Dispositif de suivi de l'exécution de l'évaluation des résultats de la formation

- Questionnaire en amont de la formation
- Tour de table des stagiaires
- Exercices pratiques
- Jeux de questions-réponses
- QCM de validation des acquis
- Questionnaire de satisfaction à chaud et à froid

Accessibilité

Formation à distance ou en présentiel, en intra-entreprise.

Pour les formations en ligne, une bonne connexion internet est indispensable.
En présentiel, les locaux sont conformes à la réglementation sur l'accessibilité dans les ERP.

Date de mise à jour du programme : 18/06/2026

ROUTE TO BUSINESS

4 avenue AVENUE JOANNES HUBERT
69160 TASSIN-LA-DEMI-LUNE
Email: anaissoragna@route2business.fr
Tel: +33478725264



Pour tout besoin spécifique, merci de contacter notre référent handicap :
Anaïs Soragna : anaissoragna@route2business.fr / 0478725264

Delai d'accès à la formation

Les inscriptions sont ouvertes jusqu'à 1 semaine avant le début de la formation.

Date de mise à jour du programme : 18/06/2026