



DÉROULÉ PÉDAGOGIQUE

FONDAMENTAUX DU MARKETING

- * Le Marketing : Définitions et utilité (missions, démarche, outils)
- * Principales missions du marketing (3): diagnostic, recommandation et mise en œuvre
- * Évolutions & Tendances : Webmarketing, médias sociaux, tendances clés
- * Analyse de son environnement, de la concurrence et des publics-cibles (segmentation, positionnement, stratégies produit)
- * Définition de la stratégie marketing : les étapes clés
- * Segmentation et ciblage des marchés prioritaires
- * Le positionnement d'une marque ou d'une gamme de produits/services
- * Réalisation d'un plan marketing (structure et démarche)
- * Structure type d'un plan marketing
- * Méthodes et outils de pilotage et de contrôle

L'INTÉRÊT DE L'UTILISATION D'UN FICHIER CLIENTS

- * Fichier clients/prospects : Intérêt
- * Déterminer la valeur client : principaux indicateurs, critères de loyauté client
- * Les informations clients, levier de performance pour l'entreprise : repérer les cibles et définir le plan d'action commercial
- * Le cadre juridique : le RGPD et la CNIL
- * Les sources préexistantes pour constituer un fichier clients

EXTRAIRE LES INFORMATIONS DE SA COMPTABILITÉ OU DE SON LOGICIEL DE FACTURATION

- * Récolter les données (Pages jaunes, Kompass, sites Internet, etc.)
- * Acheter ou louer des fichiers : routeurs
- * Constituer et exploiter sa base de données clients
- * Définitions des besoins
- * Définitions des données et typologies
- * Exploiter efficacement sa base de données

L'IMPORTANCE DE FAIRE VIVRE SA BASE DE DONNÉES

- * L'entretien et le nettoyage de sa base
- * Dédoublonnage et déduplication
- * Les clés d'enrichissement de la base de données

DU FICHIER CLIENTS AU CRM

- * Définition de la gestion de la relation client
- * Customer Relationship Management (CRM)
- * Avantages, inconvénients
- * Solutions présentes sur le marché

DURÉE - LIEU

21 h - (3 jours)
Nous consulter pour un programme personnalisé. Formation en présentiel. Face à face. En intra. ou inter.

PRÉ-REQUIS

Pas de pré-requis.

PUBLIC CONCERNÉ

Toute personne appelée à créer une stratégie commerciale, à travailler dans un service de marketing.

OBJECTIFS

Connaître les fondamentaux du marketing. Identifier l'intérêt de l'utilisation d'un fichier clients. Constituer et exploiter une base de données clients, cibler les actions et en mesurer les retours.

MOYENS PÉDAGOGIQUES, TECHNIQUES ET D'ENCADREMENT

Formation dirigée par un professionnel pédagogue et confirmé. Elle s'appuie sur des apports théoriques et pratiques (méthodologie, mise en application, supports de cours). Mise à disposition d'un ordinateur.

SUIVI / ÉVALUATION / SANCTION

Après chaque session, une évaluation des acquis précédents sera réalisée.
Attestation de compétences remise en fin de session à chaque stagiaire.

CODE CPF

INTERVENANT

LEGRAS Jean-François

TARIF

Voir convention

