

MALLETTE DU DIRIGEANT 2019

Marketing et communication

Module 8 : Fondamentaux du marketing, exploiter une base de données clients

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

Programme :

Fondamentaux du marketing

- Le Marketing : Définitions et utilité (missions, démarche, outils)
 - Principales missions du marketing (3): diagnostic, recommandation et mise en œuvre
 - Evolutions & 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
- Récouter 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

Journée n°1 : 7 heures de formation

Journée n°2 : 7 heures de formation

Dates et lieux 2019

Journée n°1 : 16 septembre 2019 à La Rochelle

Journée n°2 : 23 septembre 2019 à La Rochelle

Coût pédagogique

700 € net de taxes

Pré-requis

Aucune connaissance précise sur le sujet n'est requise pour suivre le module.

Intervenant

J 1 : Sidonie NEVEU – Conseiller entreprise CCI La Rochelle

J2 : Catherine TARDY – Conseiller entreprise CCI Rochefort et Saintonge

Moyens pédagogiques

Supports pédagogiques

Modalités de certification

Attestation d'assiduité de formation

Evaluation de la formation

Evaluation de la formation à « chaud »

La CCI LA ROCHELLE est organisme de formation agréé, enregistré sous le numéro : 5417 P00 0417