

# Fiche pédagogique

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

### Objectifs de la formation

La formation a pour objectif principal de comprendre comment augmenter les performances commerciales d'une entreprise grâce au marketing.

A l'issue de la formation, le stagiaire sera en mesure de :

- 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

### Public visé

Cette formation s'adresse aux :

- Dirigeants d'entreprise,
- Toute personne impliquée dans la prospection commerciale, les achats, la promotion de l'image ou du savoir-faire de l'entreprise.

### Prérequis indispensables

Aucun pré-requis n'est nécessaire pour suivre cette formation.

### Méthodes pédagogiques et modalités de personnalisation mises en œuvre

En amont de la formation, un audit des besoins du stagiaire est réalisé, afin de décrire sa situation, ses souhaits ou problématiques.

Le formateur mettra tout en œuvre pour rattacher les savoirs théoriques à des exemples réels et en lien avec les activités des stagiaires.

Cette formation repose sur un apprentissage participatif où le stagiaire sera amené(e) à étudier des cas d'application concrets.

A partir des connaissances abordées, notre approche opérationnelle amènera le stagiaire à réfléchir, et produire, des solutions et outils liés directement à son projet ou besoin.

En aval de la formation un accompagnement individuel peut être envisagé (sur devis).

### Modalités d'évaluation des acquis

Des exercices sur cas pratiques et un questionnaire de synthèse seront proposés afin d'évaluer les stagiaires. Un certificat de réalisation sera remis au participant résultant de cette évaluation par le formateur.

## Moyens pédagogiques

- En amont de la formation :
  - Fiche PAF (personnalisation de l'action de formation)
- Durant la formation :
  - Support pédagogique papier et numérique remis aux stagiaires le premier jour de formation, véritable guide opérationnel et outil de travail.
  - Déroulé de la formation présentée sur vidéoprojecteur
  - Fiche d'évaluation des acquis, complétée tout au long de la formation par le formateur et le stagiaire
  - Support d'évaluation des acquis (questionnaire de synthèse, études de cas, articles réglementaires expliqués, etc.)
  - Bibliographie ou sources numériques
  - Supports exploités durant la formation :
    - ✓ Plan marketing
    - ✓ Matrice SWOT et BCG
    - ✓ Le triangle d'or du positionnement
    - ✓ Méthode RFM
    - ✓ Exemples de base de données
    - ✓ Fiches de synthèses
    - ✓ Fiches mémo « à faire/ à ne pas faire »
    - ✓ Exercices de mise en pratique
    - ✓ Questionnaires de synthèse
    - ✓ Etudes de cas
- En aval de la formation :
  - De la documentation complémentaire sera envoyée aux stagiaires si des questions ou situations particulières étaient abordées lors de la formation.
  - L'intervenante assure un suivi d'application : le stagiaire peut la contacter durant 6 mois pour toutes questions complémentaires, se faire réexpliquer un point, faire relire ses documents.
  - Les stagiaires se verront proposer de recevoir notre newsletter trimestrielle dédiée à la thématique, afin de réviser ou approfondir leurs connaissances : bonnes pratiques, retours d'expériences, actualité, décryptage, ...

## Moyens techniques

- Ordinateur formateur
- Vidéoprojecteur (ou écran de télévision)
- Mur blanc pour permettre la projection
- Connexion Internet
- Blocs-notes et stylos remis aux participants
- Paperboard
- Clé USB remise à chaque participant pour la sauvegarde des différents travaux réalisés et contenant les ressources et outils pédagogiques

## Moyens d'encadrement

La formation est dispensée par Marielle BLAGNY, formatrice pour Les Clés de la Gestion depuis 2015.

Formation initiale et continue :

- Formatrice diplômée en Marketing et Vente, niveau Bac+5,
- Formée au management de la qualité en 2016.

Expérience professionnelle :

- Elle a acquis une expérience de près de 20 ans dans le domaine de la communication et des médias, dont 15 ans de pilotage commercial où le marketing a un rôle prépondérant.
- Responsable de la communication pour l'organisme depuis 2018 (réseaux sociaux, newsletter, print et web, relations presse), elle partagera avec le stagiaire ses techniques et outils quotidiens.
- Créatrice et codirigeante de son entreprise depuis 2012, elle possède une connaissance approfondie du fonctionnement des entreprises et des enjeux des entrepreneurs, rendant cette formation technique très concrète et opérationnelle.

Expérience de la formation professionnelle :

- Intervenante récurrente pour Les Clés de la Gestions depuis 4 ans, elle a également dispensé des formations durant toute son expérience professionnelle précédente. Elle a à cœur d'adapter son discours à son public pour favoriser une meilleure acquisition, et d'actualiser ses connaissances pour fournir des contenus et outils pertinents.
- Cette formatrice intervient depuis 2016 auprès de stagiaires sur la thématique marketing et communication.

## Durée et modalités d'organisation

- Durée : 2 jours (2 x 7h à une semaine d'intervalle).
- Organisation : en inter-entreprises pour un groupe de 6 participants maximum (pas de minimum requis).

## Contenu détaillé de l'action de formation

### Fondamentaux du marketing

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