

PROGRAMME DE FORMATION – MALETTE DU DIRIGEANT

Marketing et communication

Module 8 : Fondamentaux du marketing, exploiter une base de données clients (2j)

OBJECTIFS	<ul style="list-style-type: none"> - 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
PRE – REQUIS	Notion sur l'organisation d'entreprise et la relation client
MODALITE D'ACCES A LA FORMATION	Aucune
PROGRAMME DE FORMATION	<p><u>JOUR 1</u> :</p> <p>Matin de 9 h 00 à 12 h 30 (3.5 h)</p> <p><u>Fondamentaux du marketing</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Le Marketing : Définitions et utilité (missions, démarche, outils) <ul style="list-style-type: none"> • Principales missions du marketing (3): diagnostic, recommandation et mise en oeuvre • Evolutions & Tendances : Webmarketing, médias sociaux, tendances clés - Analyse de son environnement, de la concurrence et des publics-cibles (segmentation, positionnement, stratégies produit) <ul style="list-style-type: none"> • 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) <ul style="list-style-type: none"> • Structure type d'un plan marketing • Méthodes et outils de pilotage et de contrôle <p>Après-midi de 13 h 30 à 17 h 00 (3.5h)</p> <p><u>L'intérêt de l'utilisation d'un fichier clients</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - 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

PROGRAMME DE FORMATION – MALETTE DU DIRIGEANT

Marketing et communication

Module 8 : Fondamentaux du marketing, exploiter une base de données clients (2j)

	<p>JOUR 2 : Matin de 9 h 00 à 12 h 30 (3.5 h)</p> <p><u>Les sources préexistantes pour constituer un fichier clients</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - 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 <p><u>Constituer et exploiter sa base de données clients</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Définitions des besoins - Définitions des données et typologies <p>Après-midi de 13 h 30 à 17 h 00 (3.5h)</p> <p><u>Exploiter efficacement sa base de données</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - 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 <p><u>Du fichier clients au CRM</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Définition de la gestion de la relation client - Customer Relationship Management (CRM) - Avantages, inconvénients - Solutions présentes sur le marché
DUREE	2 jours - 14 heures
PROFIL DES INTERVENANTS	<p>Formateurs experts ayant une expérience en entreprise et dont les compétences d'animation sur cette thématique sont validées par notre service pédagogique.</p> <p>Nom et qualifications du formateur :</p>
EVALUATION	Evaluation en pourcentage avec QCM d'entrée et QCM de sortie avec rapport d'évaluation en fin de formation
NOMBRE DE PARTICIPANTS	1 A 5

PROGRAMME DE FORMATION – MALETTE DU DIRIGEANT Marketing et communication

Module 8 : Fondamentaux du marketing, exploiter une base de données clients (2j)

DATES	Voir convention de formation
LIEU	INTRA ENTREPRISE – Adresse Client
MOYEN PEDAGOGIQUE	Travail sur des postes de travail et outils logiciels disponible dans l'entreprise - Méthode interactive et intuitive - Support Stagiaire
COÛT DE LA FORMATION	700 € HT
FORMALISATION A L'ISSUE DE LA FORMATION	Attestation d'assiduité et attestation de fin de stage