



PROGRAMME DE FORMATION – MALETTE DU DIRIGEANT

MARKETING 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 |
| MODALITES D'ACCES A LA FORMATION | Aucune |
| PROGRAMME DE FORMATION | <p>JOUR 1 : Matin de 9h00 à 12h30 (3.5h)</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 13h30 à 17h00 (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 <p>JOUR 2 Matin de 9h00 à 12h30 (3.5h)</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 |



| | |
|--|---|
| | <ul style="list-style-type: none">- Récouter 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 13h30 à 17h00 (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 | Formateurs experts ayant une expérience en entreprise et dont les compétences d'animation sur cette thématique sont validées par notre service pédagogique. Nom et qualifications du formateur : |
| EVALUATION | Evaluation en pourcentage avec QCM d'entrée et QCM de sortie avec rapport d'évaluation |
| NOMBRE DE PARTICIPANTS | 1 à 5 |
| DATE | Voir convention de formation |
| LIEU | INTRA-ENTREPRISE – Adresse client |
| MOYEN PEDAGOGIQUE | Travail sur des postes de travail et outils logiciel disponible dans l'entreprise – Méthode interactive et intuitive – Support stagiaire |
| COUT DE FORMATION | 700 € HT |
| FORMALISATION A L'ISSUE DE LA FORMATION | Attestation de fin de stage et attestation d'assiduité |