

MARKETING ET COMMUNICATION

MODULE 8 : FONDAMENTAUX DU MARKETING, EXPLOITER UNE BASE DE DONNEES CLIENTS (2J)

Objectifs pédagogiques

- 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)
 - 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
- Récupérer 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

2 jours, 7 heures par jour, soit 14 heures de formation de 9h à 12h30 et de 14h à 17h30

Dates et lieux

Session 1 : **2 et 9 Octobre 2020** à Coulounieix-Chamiers, siège CCI Dordogne
Session 2 : **8 et 15 Février 2021** à Coulounieix-Chamiers, siège CCI Dordogne

Coût pédagogique

700 € net de taxe

Pré-requis

Aucune connaissance n'est requise pour suivre ce module

Moyens pédagogiques

- Méthodologie alliant les apports théoriques, interactivité et échanges d'expériences, illustration par des exemples concrets et des exercices pratiques. Mise à disposition d'ordinateurs / Connexion Wifi.
- Equipements pédagogiques : vidéo projection, paperboard, les supports de formation.

Modalités de certification

Attestation d'assiduité de formation

Evaluation de la formation

Quizz / Contrôle continu
Questionnaire satisfaction