



Mise à jour : 04/02/2026

Fondamentaux du marketing, exploiter une base de données

Programme détaillé

Comprendre ce qu'est le marketing et comment il peut contribuer à développer les performances de votre entreprise

Durée : 2 jours

Organisation : en présentiel

Prérequis : aucun

Méthode pédagogique : active, différenciée et expérientielle

Validation des acquis : évaluation continue

Maximum de participants : 6

Tarif inter : 1 200 € HT / stagiaire

1/ Fondamentaux du marketing

- Le Marketing : Définition 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

2/ 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

3/ 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

4/ Constituer et exploiter sa base de données clients

- Définitions des besoins
- Définitions des données et typologies

5/ 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

6/ Du fichier clients au CRM

- Définition de la gestion de la relation client
- Customer Relationship Management (CRM)
- Avantages, inconvénients
- Solutions présentes sur le marché

Prochaine session

Nous contacter

Lieu : Toulouse et sa périphérie

Session sur-mesure possible

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

www.lesclesdelagestion.fr

Renseignements et inscription

Nicolas Weckerlin
07 68 40 08 95
nweckerlin@lesclesdelagestion.fr

 les clés de la gestion
FORMATIONS