STRATÉGIE MARKETING

Fondamentaux du marketing, exploiter une base de données

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

DURÉE	TARIF	GROUPE	FORMAT
2 jours 16 heures	1 200 € HT par stagiaire (inter)	6 participants max.	En présentiel

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

Prochaine session

Dates : nous contacter

Toulouse et sa périphérie

Session sur-mesure possible →

Modalités

PRÉREQUIS
Aucun

MÉTHODE PÉDAGOGIQUE
Active, différenciée et expérientielle

ÉVALUATION DES ACQUIS
Évaluation continue

VALIDATION DE LA FORMATION
Attestation de fin de formation

Plus d'infos sur cette formation →

Programme détaillé

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

Suite du programme page suivante

Fondamentaux du marketing, exploiter une base de données

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