

MARKETING ET COMMUNICATION

Module 8 : Fondamentaux du marketing, exploiter une base de données clients



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.



PUBLIC CIBLE

Dirigeants d'entreprise



PRÉREQUIS : Pas de prérequis.



MODALITÉS

PÉDAGOGIQUES :

Formation en présentiel avec alternances d'apports théoriques et d'exercices pratiques, diversification des situations pédagogiques : approches ludiques, approches compétences etc...



DURÉE DE LA

FORMATION :

2 journées



DATES & LIEUX :

Selon vos disponibilités.



COÛT DE LA

FORMATION :

Nous consulter.

1 / Fondamentaux du marketing :

- Le Marketing : définitions 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, etc.)
- Acheter ou louer des fichiers : routeurs

4 / Constituer et exploiter sa base de données clients :

- Définition 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 la base
- Dédoublonnage et duplication
- 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