



Marketing et communication

Module 8 : Fondamentaux du marketing, exploiter une base de données clients (2j)

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

Programme :

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

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

Méthode Pédagogique : Cas pratiques et analyses

Animation Pédagogique : Yaël Joseph ADELAIDE

Durée du Stage : 2 Jours soit 14 heures

Accompagnement : collectif ou individuel

Date et Lieu :

le 21-22/09/2020

le 12-13/10/2020

le 16-17/11/2020

Inter : Séméac - Toulouse – Pau

Ou

Intra Entreprise : pour 3 à 6 personnes