

Mallette du Dirigeant (MDD) 2019

Module 8 (Marketing et communication) :

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,
- Récolter 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.

Validation de la formation :

Une attestation de stage est remise aux stagiaires.