



## « RISK FORMATION »

49 Rue Pothier – 97460 SAINT-PAUL  
expertcom974@gmail.com

<http://riskformation.fr/>

Siret : 539 973 347 00039 – APE : 8559A

Mobile : 06 92 73 99 73

DAOF : 98970384297



### Programme de formation Marketing et communication Module 8 : Fondamentaux du marketing, exploiter une base de données clients

#### **- Le public cible :**

Chef d'entreprise

#### **- Le nombre de stagiaires par session :**

Nombre de participants : 12 maximum

#### **- Les pré-requis nécessaires pour prétendre à suivre la formation :**

Lire, parler et comprendre le français.

#### **- L'organisation et les modalités de déroulement de la formation (intersession notamment):**

L'organisation est sur deux journées.

#### **- La durée de la formation :**

Durée : 14 Heures

#### **- Les objectifs de la formation :**

-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

#### **- Les contenus indicatifs :**

##### **Fondamentaux du marketing**

-Le Marketing : Définitions et utilité (missions, démarche, outils)

- Principales missions du marketing (3): diagnostic, recommandation et mise en oeuvre
- 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
- Récouter 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

### **- Les modalités d'animation et moyens d'encadrement de la formation ;**

En salle de séminaire, avec un formateur, utilisation de paper board, vidéo projection et support de cours.

Les modalités d'évaluation : Cas pratiques, QCM de fin de formation.  
Coût de la formation : 700 euros, soit 50 euros de l'heure TTC (TVA exonérée).