

## FONDAMENTAUX DU MARKETING, EXPLOITER UNE BASE DE DONNÉES CLIENTS

### Objectifs pédagogiques

- 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 de la formation

#### 1<sup>ère</sup> PARTIE : Jour 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

#### 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

#### 2<sup>ème</sup> PARTIE : Jour 2

#### 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

### Informations :

#### Public Visé :

Dirigeants d'entreprises (et/ou leurs conjoint collaborateur), non-salariés ou assimilés.  
Demandeurs d'emploi.

**Prérequis :** Aucun

**Durée :** 14 heures

**Limite d'effectif :** 3 à 8 stagiaires.

**Format :** présentiel en 2x1 jour (en fonction des contraintes du/des clients).

**Certification :** Attestation de fin de formation.

#### Lieu :

BM Formation, 5 rue de Conflans, Charenton-le pont 94220 ou en Entreprise.

**Dates :** 8-9 avril, 13-14 mai, 10-11 juin, 8-9 juil, 9-10 sept, 14-15 oct, 12-13 nov, 9-10 dec (possibilité d'ajouter des sessions en fonction de la demande).

#### Méthodes pédagogiques

- La formation est abordée de façon pratique avec des exercices directement liés aux besoins du (des) stagiaire(s),
- Echange entre l'intervenant et les stagiaires,
- Questions/réponses,
- Exercice récapitulatif en fin de formation.

#### Intervenant

Consultant/formateur en Marketing & Communication.

#### Moyens pédagogiques

Ordinateur PC – Vidéoprojecteur, Paperboard, Supports de Cours imprimés et/ou numérisés.

#### Dispositif de suivi d'exécution du programme et d'appréciation des résultats

- Support de formation (format PDF),
- Feuille d'émargement,
- Exercice / quiz d'évaluation de compréhension en fin de chaque formation,
- Attestation individuelle de fin de formation.

#### Répartition du temps entre théorie et exercices pratiques

30% - 70%

#### Niveau obtenu

A l'issue de la formation, le stagiaire aura :

- une bonne connaissance des fondamentaux du marketing,
- Identifié sa stratégie marketing pour son entreprise.

#### Points forts / Les plus de cette formation

Formation en petit groupe, axée sur la pratique, basée sur des exemples concrets proposés par le(s) stagiaire(s).



## FONDAMENTAUX DU MARKETING, EXPLOITER UNE BASE DE DONNÉES CLIENTS

### **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