

MKG-08

# MARKETING DIRECT : MAÎTRISER LES TECHNIQUES

## OBJECTIFS PEDAGOGIQUES :

A l'issue de la formation, chaque participant devra mieux :

- Comprendre les enjeux et les intérêts du marketing direct
- Maîtriser les techniques opérationnelles
- Intégrer le marketing direct dans sa stratégie marketing globale

## CONTENU DU PROGRAMME DE LA FORMATION

- **Situer et Organiser le Marketing Direct dans l'Entreprise**
  - ✓ Historique du Marketing Direct
  - ✓ Le renouveau du Marketing Direct
  - ✓ Le lien avec marketing (classique)
  - ✓ Les différences avec la communication et la publicité
  - ✓ Une approche orientée retour sur investissement
  - ✓ Les aspects juridiques
  - ✓ Le lien "naturel avec la gestion de la relation client "
- **Les Techniques et Médias du Marketing Direct**
  - ✓ L'importance des bases de données et des fichiers
  - ✓ Panorama des techniques de conquête et de fidélisation
  - ✓ Analyse des données : datamining, statistique
  - ✓ RFMT : une technique de segmentation opérationnelle
  - ✓ Utiliser le scoring pour mieux cibler ses clients
  - ✓ Analyser les comportements achats et médias
  - ✓ Intérêts et risques liés aux TIC : Internet et marketing
- **Réussir ses Actions et Campagnes de Marketing Direct**
  - ✓ Intégrer le marketing direct dans un marketing -mix « élargi »
  - ✓ Définir précisément les cibles
  - ✓ Créer ou acquérir son fichier cible sources internes, externes, gratuites, payantes
  - ✓ Concevoir une offre globale : contenu, validité, accroche...
  - ✓ Définir son plan média (choix des médias et des supports)
  - ✓ Veiller à la « logistique marketing »
  - ✓ Modéliser son point mort et fixer ses objectifs commerciaux

## PUBLIC CONCERNE

- Responsables marketing, Commerciaux, Informatique
- Collaborateurs impliqués dans une réflexion ou une action de marketing direct

## DUREE DE LA FORMATION :

03 journées de 8 heures chacune

## ANIMATEUR :

Consultant spécialiste