

MKG-08

MARKETING DIRECT : MAITRISER 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 CONCERNÉ

- 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