



# Fondamentaux du marketing, exploiter une base de données clients

## >>> INFOS PRATIQUES :

**Durée :**  
2 jours (14 heures) : 16 décembre 2021 & 20 janvier 2022

**Coût :**  
\*700€ TTC (100% pris en charge pour les adhérents de l'AGEFICE sous réserve d'accord)  
\*Salariés : selon l'OPCO  
\*Public hors AGEFICE, nous consulter pour la recherche de financement

**À qui est dédiée cette formation ?**  
\*Chefs d'entreprise, commerçants et artisans, conjoints collaborateurs  
\*Salariés  
\*Autres publics : nous consulter

**Prérequis :**  
Avoir des notions de base sur le fonctionnement de l'entreprise

**Délai d'accès :**  
5 jours avant le début de la formation  
15 jours avant si mobilisation du dispositif mallette du dirigeant

**Méthode mobilisée :**  
Plateau technique et support de cours

**Méthode d'évaluation :**  
Méthodes actives centrées sur l'acquisition des compétences professionnelles (savoir-faire et savoir être)  
QCM à l'entrée et à la sortie de la formation pour vérifier les acquis.

**Contact :**  
Frédérique VIGNERON  
05 45 20 55 55  
fvigneron@charente.cci.fr

## >>> 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 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
- Récueillir les données (Pages jaunes, Kompass, sites Internet, etc.)

Retrouvez la suite du programme au dos de ce document

[www.charente.cci.fr](http://www.charente.cci.fr)

Siège, 27 Place Bouillaud, CS 12124, 16021 Angoulême Cedex - 05 45 20 55 55  
Délégation, 23 Rue du Port, CS 10008, 16121 Cognac Cedex - 05 45 36 32 32

 Sites, accueil, formation et pédagogie accessibles et adaptés aux personnes à mobilité réduite



# Fondamentaux du marketing, exploiter une base de données clients

## »» PROGRAMME (SUITE)

### ► Constituer et exploiter sa base de données clients

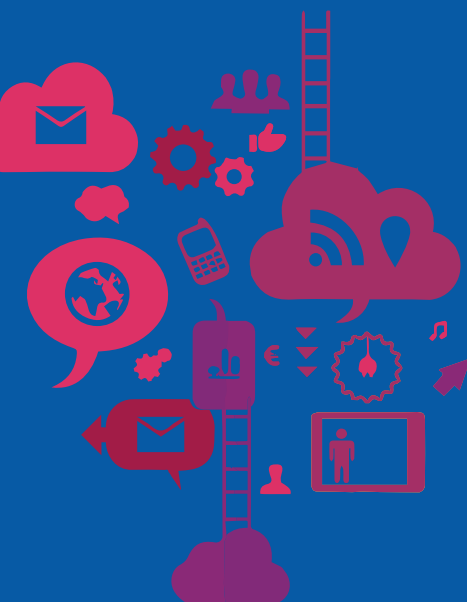
- Définition des besoins
- Définition des données et typologies

### ► 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 client au CRM

- Définition de la gestion de la relation client  
*Customer Relationship Management (CRM)*
- Avantages, inconvénients
- Solutions présentes sur le marché



#### **Intervenant :**

Loïc DELAUDAUD, fondateur de  
la franchise Taux Moins Cher