



contact@antara.fr
06.24.89.08.29

Public

Responsables marketing, responsables commerciaux, toute personne amenée à mettre en œuvre une opération de marketing direct.

Pré requis

Aucun

Durée

3 jours

Bilan complet sur le marketing direct à mettre en pratique sans attendre dans votre entreprise

Antara Formation
25-29 rue de Saurupt
54000 Nancy

Marketing direct ou marketing relationnel

Objectifs

Acquérir les techniques stratégiques du marketing direct multi canal en vue de la réalisation du plan marketing direct.

Maîtriser les indicateurs spécifiques pour accroître les performances et la rentabilité des actions.

Programme

Marketing direct et marketing

Définition et notion
Sa place, son évolution - Fonction

Objectifs et atouts du marketing direct

Prospection – Fidélisation - Vente
Détermination des objectifs

Les techniques

Le marketing direct écrit
Le marketing direct téléphonique
Les autres supports
Campagnes « multi canal » efficaces et gagnantes

Fichiers et bases de données commerciales

La notion de base de données
Les moyens de se constituer un fichier
Fichiers et législation
Exploitation de la base de données
Segmentation - Cible

Conception de l'offre : message percutant

Les méthodes, les outils
Le support - Le fond et la forme - Les astuces
Les techniques de réponses

Mise en place et gestion d'une opération de marketing direct

Les étapes d'une opération de marketing directe
L'évaluation des opérations de marketing directe
Le respect des contraintes juridiques
Les codes déontologiques

L'évaluation et l'analyse des résultats de l'opération

Quantitatif - qualitatif
les indicateurs et ratios clés
bilan



Méthodes pédagogiques

Apport de connaissances théoriques conséquentes et essentielles pour accroître l'efficacité des participants.

Approche des nouvelles technologies et supports avec les méthodes adéquates.

Nombreux cas pratiques adaptés et opérationnels pour les entreprises des collaborateurs.