



adhénia formation

RENCONTRONS-NOUS !

05 53 45 85 70

CONTACT@ADHENIA-FORMATION.FR

CRÉ@VALLÉE SUD

AVENUE DE BORIE MARTY

24660 NOTRE DAME DE SANILHAC

SIRET : 753 127 398 00026

DÉCLARATION D'EXISTENCE :

72 24 01587 24

SE FORMER TOUT AU LONG DE SA VIE !

WWW.ADHENIA-FORMATION.FR

INFORMATIQUE, TECHNIQUE
ET BUREAUTIQUE

COMMERCE, MARKETING,
COMPTABILITÉ, GESTION

RELATIONS ET
RESSOURCES HUMAINES

DÉVELOPPEMENT
PERSONNEL

SÉCURITÉ ET SANTÉ
AU TRAVAIL

LANGUES
ÉTRANGÈRES

MARKETING DIRECT



1 / MY_PAGE_COUNT

Soyez acteur de votre parcours de formation et passez à l'action !



Objectifs

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



Durée de formation
2 jours soit 14 heures



Public
Responsables marketing, commerciaux,
informatique.
Collaborateurs impliqués dans une réflexion ou une
action de marketing direct.

Méthodes pédagogiques et modalités d'évaluation

Alternance de théorie et d'exercices de rédaction.
Apprentissage de techniques simples et directement applicables.
Analyse individuelle et collective des pratiques.



Prérequis
Connaître les fondamentaux du marketing.



Niveau / Certification Obtenue
Attestation de formation.



Type de formation / stage
Intra/Inter/ Accompagnement individuel

Programme

1. Situer et organiser le marketing direct dans l'entreprise

- Historique du marketing direct
- Le renouveau du marketing direct
- Le lien avec le 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

2. Les techniques et médias du marketing direct

- L'importance des Bases De Données et des fichiers
- Panorama des techniques de conquête et de fidélisation
- Panorama des médias écrits, audio-visuels et interactifs
- Le traitement des données : structuration, normalisation, concaté-nation ...
- L'analyse des données : datamining, statistiques
- RFMT : une technique de segmentation opérationnelle



adhénia formation

RENCONTRONS-NOUS !

05 53 45 85 70

CONTACT@ADHENIA-FORMATION.FR

CRÉ@VALLÉE SUD

AVENUE DE BORIE MARTY

24660 NOTRE DAME DE SANILHAC

SIRET : 753 127 398 00026

DÉCLARATION D'EXISTENCE :

72 24 01587 24

SE FORMER TOUT AU LONG DE SA VIE !

WWW.ADHENIA-FORMATION.FR

INFORMATIQUE, TECHNIQUE
ET BUREAUTIQUE

COMMERCE, MARKETING,
COMPTABILITÉ, GESTION

RELATIONS ET
RESSOURCES HUMAINES

DÉVELOPPEMENT
PERSONNEL

SÉCURITÉ ET SANTÉ
AU TRAVAIL

LANGUES
ÉTRANGÈRES

MARKETING DIRECT



2 / MY_PAGE_COUNT

- Utiliser le scoring pour mieux cibler ses clients
- Analyser les comportements achats ET médias
- Intérêt et risques liés aux TIC : Internet et marketing

3. 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 » (édition, routage, gestion des retours ...)
- Modéliser son point mort et fixer ses objectifs commerciaux
- Faire appel à des prestataires : panorama et contexte