

Objectif

Définir et mettre en oeuvre des campagnes de marketing direct. Faire le point sur les techniques et choisir ses supports. Mettre en cohérence ses actions de marketing direct

(20 heures)**Prérequis**

Avoir un objectif de mise en oeuvre opérationnel de marketing direct est un plus

Stage parfaitement adapté au DIF**Destinataires**

Responsable marketing, Chef de produit, Responsable de gamme ou de produit, Chef de projet

Plan du stage

Marketing direct, outil du marketing

- . Remplacer le marketing direct dans l'arsenal des outils marketing
- . Quels sont les avantages du marketing direct ?
- . Quelles sont les limites du marketing direct ?
- . Quel est le vocabulaire professionnel associé ?

Les clés du marketing direct

- . La notion de cible
- . Les notions de zonage
- . La notion de territoire concurrentiel
- . Les notions de données et de mise à jour (ex : NPAI)
- . Les systèmes d'information et le CRM
- . Le web et ses interactions
- . Le cadencement, le volume, les retours
- . Le suivi et le contrôle des actions
- . Le suivi "temps réel" et le suivi "a posteriori"
- . Le partage des actions avec les forces de vente terrain
- . Le partage et la synchronisation avec les réseaux (ex: partenaires ou revendeurs)
- . Donner du sens aux actions de marketing direct
- . Le travail du fond du message
- . Le travail de la forme des messages

Les médias du marketing direct

- . Faire le point sur les médias
- . Faire le choix d'un ou plusieurs médias
- . Amalgamer les supports dans les campagnes
- . Le "mix" média

La nécessité de la mise en place de scénarios

- . Les différents types de scénarios
- . Les destinataires du scénario
- . Construire un scénario
- . Tester le scénario
- . Mettre en oeuvre le scénario

Les cas du mailing, faxing et e-mailing

- . Mettre en place un mailing
- . Éviter les écueils majeurs
- . Le fond, la forme, le volume, les campagnes, les imprimeurs, les spécialistes du "Bus mailing"
- . Les budgets, le timbre, la Poste et les routeurs
- . Les technologies au service de l'e-mailing et du faxing

Le cas des cellules de télémarketing

- . Mettre en place une cellule
- . Éviter les écueils majeurs
- . Donner des objectifs et synchroniser avec les mailings
- . Fournir des scénarios et du travail
- . Contrôler
- . Profiler les résultats et les communiquer

Pédagogie

Active et participative (PPO) alternant les apports théoriques et pratiques avec une mise en commun des expériences des participants

Supports de stage

Support de stage et d'exercices

Certificat de stage

Certificat de fin de stage

Tests de certification

Aucun

Animateur

Consultant - Formateur

Approfondir ▼

Avant MKT02 -

Latéral MKT05 -

Après MKT01 -

Prix HT du stage

Stage : 1 327 €

☎ option : 63 €

Informations et**Inscriptions**

www.dotshaper.com

Tél. 08 70 25 3005

► Dates des sessions 2007

26 au 28 février

29 au 31 mai

17 au 19 septembre

19 au 21 novembre

Planifiez votre évolution et celle de vos collaborateurs avec Dotshaper

Métier du Marketing et de la Communication

Dates des sessions

2007

Planifiez vos stages sur plus de 3 années

2007	2008	2009	2010
<p>► Sessions 2007</p> <p><input type="checkbox"/> 26 au 28 février N° 502</p> <p><input type="checkbox"/> 29 au 31 mai N° 503</p> <p><input type="checkbox"/> 17 au 19 septembre N° 504</p> <p><input type="checkbox"/> 19 au 21 novembre N° 505</p>	<p>► Sessions 2008</p> <p><input type="checkbox"/> 25 au 27 février N° 697</p> <p><input type="checkbox"/> 26 au 28 mai N° 698</p> <p><input type="checkbox"/> 15 au 17 septembre N° 699</p> <p><input type="checkbox"/> 17 au 19 novembre N° 700</p>	<p>► Sessions 2009</p> <p><input type="checkbox"/> 23 au 25 février N° 892</p> <p><input type="checkbox"/> 25 au 27 mai N° 893</p> <p><input type="checkbox"/> 14 au 16 septembre N° 894</p> <p><input type="checkbox"/> 16 au 18 novembre N° 895</p>	<p>► Sessions 2010</p> <p><input type="checkbox"/> 22 au 24 février N° 1087</p> <p><input type="checkbox"/> 25 au 27 mai N° 1088</p> <p><input type="checkbox"/> 13 au 15 septembre N° 1089</p> <p><input type="checkbox"/> 15 au 17 novembre N° 1090</p>

Stage parfaitement adapté au DIF

Filière pour Approfondir ▼

Avant MKT02 -
Latéral MKT05 -
Après MKT01 -

Réservez aujourd'hui tous vos stages, sur plusieurs années et Réalisez des économies importantes*

* Par exemple :

Vous commandez plusieurs stages qui auront lieu les années suivantes, vous ne payerez que le prix indiqué ci-contre.

Prix HT du stage

tarif valable jusqu'à fin 2007

Stage : 1 327 €

option : 63 €

Commandez tous vos stages interentreprises aux prix actuels*.

Informations et Inscriptions

www.dotshaper.com

Tél. 08 70 25 3005

Choisissez vos dates de session et faxez ce document au 01.76.60.66.11

Votre N° de téléphone

Société

Date

Stagiaires : Civilité, Nom, Prénom N° de session Date session

Stagiaires : Civilité, Nom, Prénom	N° de session	Date session

Nom et qualité du décideur,
Signature et tampon de votre société

* Tarifs indexés à la date de commande, applicables aux sociétés ne disposant pas de conditions de ventes particulières. Sessions réglées le 1er jour de l'année de réalisation du stage