
Professeur : M. EMAER

Objectifs :

- Donner aux étudiants une vision précise des stratégies et techniques du Marketing Direct
- Leur donner les règles d'or à utiliser (choix des objectifs, qualité des données, ciblage, impact du message...)
- Les initier via des cas pratiques à la rédaction de lettre, email..., à l'analyse de la performance des campagnes

Poste, tâches ou mission visés :

- Chargé d'Etudes Marketing en Institut d'Etudes ou en Entreprise
- Chef de Projet Marketing & Fidélité

Méthode pédagogique

- Cours magistral pour la présentation des concepts et des procédures
- Travail en groupe pour analyser les performances de campagnes, les créations de mailing et emailing

Compétences professionnelles

- Capacité à analyser les résultats de campagne
- Création de courrier, email
- Ciblage des clients ayant la plus forte probabilité d'achat

Plan du cours (Durée : 15 heures, 10 séances)

SEANCES	THEMES
1 et 2	<p>A quoi sert le marketing direct ?</p> <ul style="list-style-type: none"> - Les objectifs poursuivis par le Marketing Direct - Sa place dans la stratégie CRM. - Stratégie de Conquête ou de Fidélisation - Identification de la Valeur des clients, de leur contribution au développement d'une Marque - Cas pratique : Analyse de la variation des ventes via une segmentation de type RFM
3 et 4	<p>Constitution de Base de Données et ciblage marketing</p> <ul style="list-style-type: none"> - Contenu d'une Base de Données, qualité des données, et enrichissement de données - Méthodes de ciblage : Profiling et scoring datamining (en lien avec le cours de Statistiques Appliquées au Marketing) - Cas pratique : Achats d'adresses postales ou d'emails
5	<p>Le Plan de Contacts</p> <ul style="list-style-type: none"> - Son rôle et son calendrier dans la réalisation des objectifs de l'Entreprise - Les temps forts, la pression commerciale exercée - Les médias : traditionnels, 'nouveaux médias' - Les nouvelles techniques d'Optimisation des Ventés - Cas pratique : Elaboration d'un Plan de Contacts
6 et 7	<p>Le Publi-Postage</p> <ul style="list-style-type: none"> - Les règles d'or d'un bon Mailing - Cas pratiques : <ul style="list-style-type: none"> o analyses de différents Mailing via la méthode AIDA o rédaction d'un courrier
8 à 10	<p>L' emailing</p> <ul style="list-style-type: none"> - Les règles d'or d'un bon emailing - Cas pratiques : <ul style="list-style-type: none"> o analyses de différents emailing, o élaboration d'un emailing