



# CONCEVOIR DES MAILINGS DANS UNE DÉMARCHE DE MARKETING DIRECT

## PUBLIC

---

Service marketing.

## OBJECTIFS OPÉRATIONNELS

---

- Planifier, mettre en œuvre, mesurer et contrôler l'efficacité d'une politique de marketing direct en maîtrisant les méthodes et outils de mise en œuvre du marketing direct.
- Acquérir les techniques rédactionnelles pour réussir la mise en œuvre de campagnes performantes.

## PRÉ REQUIS

---

Service marketing.

## MOYENS PÉDAGOGIQUES ET D'ENCADREMENT

---

Le formateur accompagne le ou les participants dans les étapes clés de la formation.

Les formateurs ERSILY sont sélectionnés en fonction de leur connaissance approfondie et pratique du métier et de l'environnement spécifique du ou des participants. Leur nom et compétences sont communiqués aux stagiaires avant le début de la formation. Le programme est adapté et défini par le client et le formateur préalablement.

Moyens pédagogiques : salle de formation équipée de vidéo projecteur, caméra et ordinateur plus paper board.

## DURÉE ET LIEU

---

Sur site ou en organisme de formation.

Durée : 2 jours ou 14 heures.

Les dates sont à définir avec l'entreprise.

## PROGRAMME

---

### L'environnement du mailing et de l'e mailing dans la démarche marketing globale :

- L'environnement juridico-économique,
- Le marketing stratégique,
- La segmentation du marché, le choix des cibles et des produits ou des services,
- Analyse des avantages et inconvénients du mailing et de l'e-mailing,
- Définition du profil du client concerné, ses attentes,
- La détermination des objectifs.



### **Élaborer son plan média en fonction des objectifs fixés :**

- Les différents outils du MD et leur sélection,
- L'impact des Nouvelles Technologies,
- L'élaboration des tests et l'implication de la force de vente.

### **Concevoir l'offre :**

- Les règles de la conception du mailing, règles de base (fond et forme),
- L'importance de l'accroche,
- Les différents modes de conception en fonction des outils,
- Les astuces promotionnelles,
- Les techniques pour faciliter les réponses.

### **Contrôler la logistique du mailing :**

- Les outils de planification,
- Les fiches de suivi des résultats.

### **Simuler les résultats financiers du Plan Média :**

- L'analyse du point mort,
- Le programme et la durée de vie d'un client,
- L'analyse de la « Life Time Value »,
- Les ratios.