

Vendre ... en france

REUSSIR SON ENVOI EN NOMBRE (courriers, e-mails, prospectus...)

Objectif Les objectifs d'une opération de marketing directe.
Les différentes opérations de marketing direct (mailing, prospectus...).
Qu'est-ce qu'un mailing ?

Public visé Chef d'entreprise artisanale et son conjoint

Pré-requis Aucun

Programme Le mailing comme :
Support d'une opération commerciale ponctuelle (ex : promotion...)
Moyen de fidélisation d'une clientèle existante.

- Choix de la cible de clientèle (à qui envoyer le mailing ?)

- Fichiers
Celui de l'entreprise (est-il à jour ?)
Nouveaux fichiers (où se les procurer ?)

- Les règles de construction d'un fichier clients (si inexistant)

- Organisation et déroulement d'un mailing : les différentes phases
Construction du courrier
Envoi




- Contrôler l'efficacité de son mailing (mise en place d'outils)

- Construction du mailing des stagiaires

- Choix du mode d'envoi du mailing (courrier, mail, fax, démarche directe...)

- Approche individuelle ultérieure : conseils en fonction des besoins.

**Méthode
pédagogique**

Déroulement  **Durée** : 7heures en 1 jour
 **Dates** : 27/09/2010 – 31/01/2011 – 11/04/2011
 **Lieu** : Lyon

Coût  28 €pour les TNS
105 €pour les salariés

Renseignements Fabrice ALONSO  : 04 72 43 43 12 – f.alonso@cma-lyon.fr