



## REUSSIR SON ENVOI EN NOMBRE (Courrier, e-mail, prospectus...)

Objectif	<ul style="list-style-type: none"> <li>✚ Les objectifs d'une opération de marketing direct.</li> <li>✚ Les différentes opérations de marketing direct (mailing, prospectus...).</li> <li>✚ Qu'est-ce qu'un mailing ?</li> </ul>
Public visé	✚ Chef d'entreprise artisanale et son conjoint
Pré-requis	✚ Aucun
Programme	<p>1 - Le mailing comme :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Support d'une opération commerciale ponctuelle (ex : promotion...)</li> <li>• Moyen de fidélisation d'une clientèle existante.</li> </ul> <p>2 - Choix de la cible de clientèle (à qui envoyer le mailing ?)</p> <p>3 - Fichiers</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Celui de l'entreprise (est-il à jour ?)</li> <li>• Nouveaux fichiers (où se les procurer ?)</li> </ul> <p>4 - Les règles de construction d'un fichier clients (si inexistant)</p> <p>5 - Organisation et déroulement d'un mailing : les différentes phases</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Construction du courrier</li> <li>• Envoi</li> </ul> <p>6 - Contrôler l'efficacité de son mailing (mise en place d'outils)</p> <p>7 - Construction du mailing des stagiaires</p> <p>8 - Choix du mode d'envoi du mailing (courrier, mail, fax, démarche directe...)</p> <p>9 - Approche individuelle ultérieure : conseils en fonction des besoins.</p>
Déroulement	✚ Durée : 1 jour (7 heures)
Coût	<ul style="list-style-type: none"> <li>✚ TNS : 28,70 €</li> <li>✚ Salarié : 108,50 €</li> </ul>