



Certificat de capacité à la gestion de bases de données digitales et au mailing de masse

Programme de formation détaillé

1. Analyse de la gestion et de l'exploitation des données clients d'une entreprise
 - Analyse du processus de rationalisation de la collecte et du traitement de données clients
 - Etude des enjeux de la collecte de données d'un point de vue marketing
 - Analyse des moments d'achat
 - Analyse du cycle de vie client
 - Analyse des moments clefs marketing
 - Etude des modalités de traitement des données clients
 - Analyse des solutions gratuites et payantes dans les systèmes de gestion de bases de données
 - Analyse des principes de la Gestion de Relation Client (CRM)
 - Analyse des pratiques du participant en ce qui concerne le traitement des données clients
 - Analyse des données collectées
 - Analyse des moyens utilisés pour la conservation des données
 - Analyse des segments marketing de la clientèle du participant
 - Evaluation des sources internes et extérieures pour la collecte des données
 - Etude de l'exploitation des données en vue de la mise en place de campagnes de mailing
 - Analyse de l'utilisation des données clients pour le mailing
 - Atelier de travail visant à analyser le niveau de gestion et d'exploitation de données clients en vue d'une action de mailing
 - Livrable 1 : « Grille d'analyse du niveau d'utilisation des données clients » du participant
2. Elaboration d'un plan d'amélioration de la gestion digitale des données d'une entreprise en vue de mailing de masse
 - Définition d'actions visant à améliorer le traitement des données clients
 - Identification des données clefs à collecter en fonction du métier et des enjeux rencontrés par le participant
 - Détermination des variables comportementales d'analyse à prendre en compte
 - Analyse des actions permettant une meilleure exploitation des données clients en vue de la mise en place de mailing de masse
 - Ciblage des actions de conquête et de fidélisation (périmètre d'action, budget prévisionnel, résultats escomptés)
 - Etude du perfectionnement des outils de gestion des données clients existants

- Analyse d'opportunité de la mise en place de nouveaux outils de gestion des données clients
- Mise en relation des objectifs, des potentiels d'amélioration et des ressources humaines, financières et de temps pour l'entreprise
- Atelier de travail sur la définition d'actions pertinentes en vue d'améliorer la gestion des données clients pour du mailing
 - Livrable 2 : « Base de données type » et « structure de mail de masse type »

3. Mise en œuvre d'un plan d'envoi de mails à partir d'une base de données digitale rationalisée

- Mobilisation des compétences acquises pour mettre en place les bonnes pratiques permettant une campagne de mailing réussie
- Programmation sur la durée d'une gestion/exploitation réussie d'une base de données clients
 - Analyse de la mesure de campagne d'e-mailing (indicateurs, retour sur investissement, etc.)
 - Etude de l'enrichissement de bases de données à partir du suivi des campagnes
- Atelier de travail sur la mise en place d'une campagne e-mailing test à partir d'une base de données rationalisée
 - Livrable 3 : « Rapport de lancement d'une campagne de mailing » recensant les bonnes pratiques, les leçons à tirer de l'expérience et programmant sur la durée l'optimisation du traitement/exploitation des données clients via le digital