



Une formation à dimension humaine



Public

Commercial ou toute personne souhaitant améliorer la qualité de ses activités commerciales



Pré-requis

Aucun



Durée

3 jours – 24 heures

Horaires : 08h30 – 12h30
14h00 – 18h00



Organisation

Diagnostic / positionnement avant la formation.

Pédagogie en face à face :
alternance entre les connaissances "terrain" et les apports théoriques.

Écoute active des besoins,
réponse aux attentes tout en respectant les objectifs pédagogiques fixés.

Échange avec le groupe afin de faire ressortir les notions-clés de la formation.

Mise en pratique à travers des exercices issus du vécu professionnel des participants.

Remise d'un support de cours numérique et/ou écrit.

Remise d'une attestation de formation.



Évaluation

Évaluation sommative à travers un cas pratique à chaque fin de module.

MARKETING DIRECT

INTRODUCTION AUX ASPECTS THEORIQUES ET PRATIQUES DU MARKETING DIRECT

PROGRAMME

Comment être efficace dans ses mailings.
Comment adresser le bon message, à la bonne cible au bon moment.
La composition d'un message type
La conception de votre message
Comment personnaliser son message ?

Les 5 éléments d'un mailing.

Ce qu'il faut savoir avant de rédiger son mailing.

L'accroche
Votre texte
Votre conclusion
La signature
Le post-scriptum
La carte réponse

Les deux recettes pour faire réagir votre client (ou prospect)

La recette A.I.D.A
A : Attirer l'attention
I : Eveiller l'Intérêt
D : Faire naître le désir.
A : Décider à l'Action.

La recette A4
A1 : L'Anecdote
A2 : L'Affectivité
A3 : L'argent
A4 : L'Agression
Le mailing ou publipostage sous toutes ces formes.

La construction d'un slide :

Prévoir
Informar
Préparer
Faire fabriquer
Surveiller
Commander
Contrôler
Organiser.