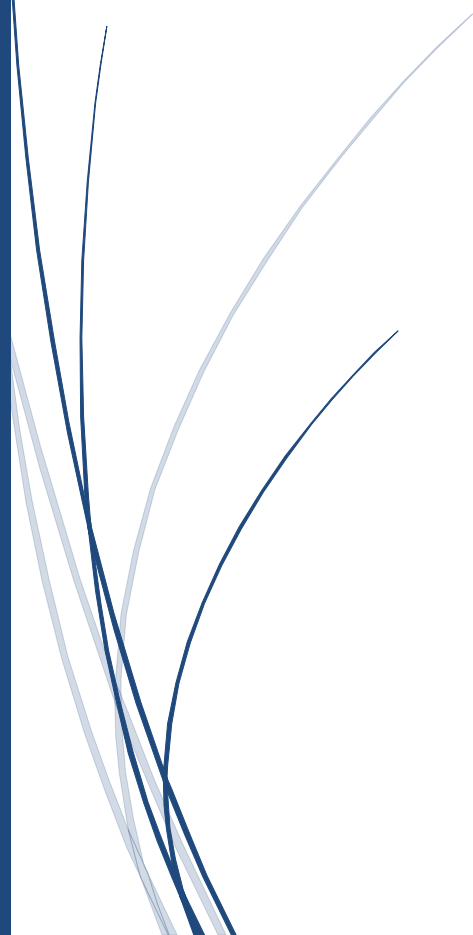


01/01/2019

# Catalogue de formations





**Kerdonis Data** est une Agence de Data Marketing spécialisée dans la qualité et le traitement des données grâce à nos 15 d'expériences dans la Data Quality et le marketing direct. Nous proposons des solutions techniques et de l'accompagnement vous permettant de maximiser le niveau de délivrabilité de vos messages marketing via :

- La normalisation d'adresse postale
- La déduplication / le dédoublonnage
- Le traitement des déménagés
- L'enrichissement de vos fichiers
- La prise en charge de vos campagnes email, SMS, postales, vocales...

Partenaire de plus de 80 marques et enseignes qui font de la donnée clients le socle de leur stratégie marketing ( Auchan , LM, Boulanger, Norauto, Kiabi, TAO, Happychic, Cyrillus...) nous proposons des sessions de formation sur des thématiques data marketing et marketing direct.

## 2 intervenants :

Catherine Lemaire : 15 ans d'expériences de négociatrice grands comptes, chef de marché ou responsable de développement dans des grands groupes (Sony, Primagaz, Jarden Home and Family). Directrice consultante BNI Rhône Saône et Loire.

Loïc Buvat : 15 ans d'expériences de directeur de production, spécialiste de la data quality (Acxiom, ETO Publicis). Membre du SNCD. Intervenant CNAM.



## SOMMAIRE

**Atelier emailing niveau 1 : comment envoyer un emailing efficace !**

**Atelier emailing niveau 2 : comment coder un emailing efficace !**

**Le Management des données clients**

**Comment créer du trafic avec des campagnes SMS**

**Construire son réseau professionnel et le développer**

**Développer ses ventes avec le marketing direct**

## Atelier emailing niveau 1 : comment envoyer un emailing efficace !

Intervenante : <b>Catherine LEMAIRE</b>	8 heures	Tarif : <b>800 € HT</b>
Profils concernés : <b>directeurs marketing, assistantes de direction, entrepreneurs, chargés de communication</b>	Nombre de participants : <b>de 4 à 8 participants maximum</b>	Prérequis : <b>avoir une adresse email</b>

L'action de marketing digital la plus rentable actuellement est l'emailing ! Il faut toutefois respecter certaines bonnes pratiques pour rencontrer le succès !

### Objectifs pédagogiques:

- Connaître les différents types d'emailing (acquisition, newsletter, fidélisation...)
- Maitriser le contexte légal et être en conformité avec le RGPD
- Appréhender les offres du marché (plateformes gratuites, payantes, agence de com, freelance...)
- Comprendre les codes des bonnes pratiques et de la délivrabilité
- Identifier les différentes parties de l'email

### Compétences visées :

- Se positionner dans une stratégie de communication, créer et envoyer ses emailings !

### Programme :

**Matin** : Connaître la structure, les règles de l'emailing, définir ses besoins, son objectif de campagne, préparer sa campagne (base de données, segmentation, objet....)

**Après-midi** : Construire son emailing et bâtir des scénarii, programmer sa campagne, savoir analyser les statistiques et élaborer un plan d'actions

### Démarche pédagogique :

Cours théorique suivi d'étude de cas et application pratique

Support de cours : copie des présentations, utilisation de la plateforme gratuite Mailjet

**Modalités d'évaluation** : évaluation des acquis en fin de formation et recueil des appréciations

Déjeuner inclus

## Atelier emailing niveau 2 : comment coder un emailing efficace !

Intervenants : <b>Catherine LEMAIRE Et Loïc BUVAT</b>	8 heures	Tarif : <b>950 € HT</b>
Profils concernés : <b>directeurs marketing, assistantes de direction, entrepreneurs, chargés de communication</b>	Nombre de participants : <b>de 4 à 8 participants maximum</b>	Prérequis : <b>avoir une adresse email, avoir suivi la formation niveau 1</b>

L'action de marketing digital la plus rentable actuellement est l'emailing ! Il faut toutefois respecter certaines bonnes pratiques pour rencontrer le succès !

### Objectifs pédagogiques:

- Rappel des bases (différents types d'emailing, objectifs...)
- Respecter les codes des bonnes pratiques et de la délivrabilité
- Apprendre à coder en html et bâtir un template

### Compétences visées :

- créer ses propres emailings sans passer par une plateforme drag and drop !

### Programme :

**Matin :** Rappel de la structure, des règles de l'emailing, concevoir sur papier son projet de template, construire son script

**Après-midi :** Coder son script, faire des tests, corriger les erreurs.

### Démarche pédagogique :

Cours théorique suivi d'étude de l'application pratique

Support de cours : copie des présentations, utilisation de la plateforme code academy

**Modalités d'évaluation** : évaluation des acquis en fin de formation et recueil des appréciations

Déjeuner inclus

## Management des données clients

Intervenants : <b>Catherine LEMAIRE et Loïc Buvat</b>	8 heures	Tarif : <b>950 € HT</b>
Profils concernés : <b>directeurs marketing, directeurs commerciaux, directeurs relation clients</b>	Nombre de participants : <b>de 4 à 8 participants maximum</b>	Prérequis : <b>avoir un fichier clients ou l'objectif de construire un fichier clients</b>

Collecter, organiser, utiliser les données de ses clients en parfait accord avec la législation en vigueur et la CNIL dans l'objectif de fidéliser sa clientèle par des actions de marketing direct.

### Objectifs pédagogiques:

- savoir collecter ses données clients en respectant les règles (notamment du RGPD)
- conserver et gérer ses données clients sur le long terme
- utiliser, segmenter ses données, améliorer sa connaissance clients

### Compétences visées :

- connaître et gérer ses données clients

### Programme :

**Matin :** Rappel des règles, du RGPD. Reconnaître une donnée client. Connaître les normes et les spécificités de chaque donnée.

**Après-midi :** Fiabiliser sa base de données, les actions à mener. Collecter des données. Utiliser ses données. Mise en place de plans d'action et de procédure.

### Démarche pédagogique :

Cours théorique suivi d'étude de cas.

Support de cours : copie des présentations, utilisation de plusieurs CRM

**Modalités d'évaluation** : évaluation des acquis en fin de formation et recueil des appréciations

Déjeuner inclus

## Comment créer du trafic avec des campagnes SMS

Intervenante : <b>Catherine LEMAIRE</b>	4 heures	Tarif : <b>400 € HT</b>
Profils concernés : <b>directeurs marketing, entrepreneurs, chargés de communication</b>	Nombre de participants : <b>de 4 à 8 participants maximum</b>	Prérequis : <b>avoir un téléphone portable</b>

Le taux d'ouverture du media SMS est de 98%. Ce media, bien utilisé, est un des plus performants

### Objectifs pédagogiques:

- liste des règles à respecter (code déontologie SNCD + gestion STOP SMS et opt-in)
- Rédiger un message percutant
- Analyser ses résultats de campagne

### Compétences visées :

- Être capable de diffuser une campagne SMS en respectant le RGPD et en obtenant des résultats (trafic, tracking...)

### Programme :

Le code de déontologie du SMS (jour et heure d'envoi, opt-in). Personnalisation de l'expéditeur. 150 caractères maxi, comment faire ? Liens de tracking et STOP SMS

### Démarche pédagogique :

Cours théorique suivi d'un atelier pratique.

Support de cours : copie des présentations, utilisation de la plateforme Linkmobility

**Modalités d'évaluation** : évaluation des acquis en fin de formation et recueil des appréciations

## Construire son réseau professionnel et le développer

Intervenante : <b>Catherine LEMAIRE</b>	4 heures	Tarif : <b>400 € HT</b>
Profils concernés : <b>directeurs marketing, entrepreneurs, chargés de communication</b>	Nombre de participants : <b>de 4 à 8 participants maximum</b>	Prérequis : <b>avoir un profil LinkedIn</b>

Le réseau est devenu indispensable pour prospecter, pour se développer personnellement et professionnellement. Mais il faut un minimum de méthode pour le construire et le développer

**Objectifs pédagogiques:**

- Se construire un réseau
- Développer son réseau pour créer de l'interaction
- Apprendre à l'entretenir, le rendre plus solide

**Compétences visées :**

- Être à l'aise et constructif dans une démarche réseau

**Programme :**

Les différents types de réseau, les étapes de la construction d'un réseau, les trucs et astuces pour l'entretenir et le développer. Notions de personal branding

**Démarche pédagogique :**

Cours théorique suivi d'une application pratique

Support de cours : copie des présentations, utilisation de LinkedIn

**Modalités d'évaluation :** évaluation des acquis en fin de formation et recueil des appréciations



## Développer ses ventes avec le marketing direct

Intervenante : <b>Catherine LEMAIRE</b>	4 heures	Tarif : <b>400 € HT</b>
Profils concernés : <b>directeurs marketing, entrepreneurs, chargés de communication</b>	Nombre de participants : <b>de 4 à 8 participants maximum</b>	Prérequis : <b>souhaiter communiquer avec ses clients</b>

Le marketing direct est un levier indispensable pour prospector et surtout fidéliser ses clients.  
Comment choisir le bon canal dans sa stratégie commerciale ?

### Objectifs pédagogiques:

- Connaître les différents canaux du marketing direct (avantages et inconvénients)
- Choisir le canal adapté à sa cible et à sa stratégie
- Orchestrer une campagne (email, postale, SMS, vocale...)

### Compétences visées :

- Utiliser le marketing direct dans sa stratégie marketing

### Programme :

Définition de chaque canal du marketing direct, quelle campagne pour quel objectif et quel client, mise en place des campagnes, analyse du ROI et plan d'actions.

### Démarche pédagogique :

Cours théorique suivi d'une application pratique

Support de cours : copie des présentations, utilisation de différentes plateformes MD.

**Modalités d'évaluation** : évaluation des acquis en fin de formation et recueil des appréciations