





## Nouvelles technologies et nouveaux outils commerciaux

Connaître des notions sur les NTIC, les nouvelles technologies de l'information et de la communication, est de nos jours incontournable...

### OBJECTIFS

-  Informer et sensibiliser les acteurs commerciaux (au sens large) dans l'entreprise des possibilités offertes par les outils informatiques multimédia et internet
-  Panorama des outils et techniques appelés NTIC à vocation commerciale et marketing et étude des conditions d'application et de succès

### PROGRAMME

#### Qu'est-ce que les NTIC ?

Aspects technologiques: l'informatique, les réseaux et le multimédia  
 Internet: historique et principales caractéristiques  
 A quoi sert Internet et que trouve t'on sur Internet ?  
 Le e:business, au sens large  
 Pourquoi un tel développement des NTIC ?  
*tour de table sur l'expérience de chaque participant sur l'utilisation commerciale des NTIC*

#### Etat des lieux à propos d'Internet

Qui sont les internautes ?  
 Qui sont les annonceurs sur Internet ?  
 Les différentes formes de e:commerce  
 Comment ça marche ? Un peu de vulgarisation sur les outils logiciels utilisés par les prestataires pour connaître les internautes  
 Le téléphone mobile, historique, applications actuelles

#### Dernières tendances

L'importance des communautés  
 Le Web 2.0 et le haut débit pour de vrais sites Web multimédia et interactifs  
 Buzz et marketing viral : mythe ou réalité ?  
 Le mobile: les applications futures

#### Notions de base sur le CRM ou gestion de la relation client

Philosophie du CRM : tout dans l'entreprise découle de la relation avec le client  
 Outil informatique pour saisir, conserver et utiliser tous les contacts  
 Conditions de réussite pour l'implantation et l'exploitation d'un tel outil

#### Les techniques de marketing direct NTIC: caractéristiques détaillées

Le site Web de l'entreprise / référencement naturel ou payant / bannières, etc  
 Les autres outils : blogs...  
 L'emailing  
 Les prestataires de services internet (portails professionnels, annuaires...)  
 Le search marketing

#### Avantages / inconvénients

Techniques de marketing direct NTIC versus les méthodes traditionnelles

#### Le couplage des différents outils

Pourquoi il est préférable d'utiliser une combinaison de plusieurs outils

#### Mise en place d'une stratégie

Lien avec le marketing opérationnel / objectifs  
 Eléments généraux / points clés pour une campagne  
 Les fichiers et bases de données: leur efficacité; comment les trouver; leur coût  
 Choix d'une combinaison de différents outils  
 Le cahier des charges est indispensable  
 Rédaction du message (forme et fond)  
 Planification  
 Production: qui fait quoi ?

#### Exploiter et mesurer

Suivi de la campagne: de la liste de contacts initiale au bon de commande...  
 Comment mesurer l'efficacité ?

**Quelques cas vécus** : exposé et analyse

**DUREE**

2 jours

**PUBLIC**

Direction, management, personnels à vocation commerciale, marketing dans tous types de structures

**Pré REQUIS**

Aucun

**EVALUATION**

Auto-évaluation de positionnement par entretien ou questionnaire.  
 Auto-évaluation des acquis de la formation par questionnaire amenant à une réflexion sur un plan d'actions.

**PEDAGOGIE**

La méthode pédagogique s'appuie sur le savoir du formateur alimenté par des études de cas.

**INTERVENANTS**

Selon le thème de la formation, CQFD sélectionne un pédagogue possédant une expérience significative, une maîtrise opérationnelle et un profil particulier : sophrologue, psychologue, neuropsychologue, ergonome, ergothérapeute, senior manager, chef de cuisine, gouvernante, journaliste, animateur, ex-policier, etc...

**TARIFS**

Inter-entreprises à Paris  
 Intra-muros en France entière  
 cliquez ici pour consulter sur notre site internet le calendrier et les tarifs

Vidéo de présentation

