



Organisme de **F**ormation **E**uropéen **L**inguistique et **I**nformatique

# MARKETING RELATIONNEL

## Présentation :

Le **marketing** (on utilise aussi plus rarement le terme français **mercatique**) est une discipline qui cherche à déterminer ses offres de biens et services en fonction des attitudes des consommateurs et à favoriser leur commercialisation. Il comporte un ensemble de méthodes et de moyens dont dispose une organisation pour s'adapter aux publics auxquels elle s'intéresse, et pour utiliser, voire susciter, des comportements favorables à la réalisation de ses propres objectifs.

Ce programme met en avant certains des thèmes qui pourront être développés lors de ce stage, le programme définitif sera établi au travers d'un audit individualisé.

## Durée :

A déterminer au travers d'un audit personnalisé

## Objectifs :

Selon Audit

## Pré requis :

Aucun

## Public :

Tous

## PROGRAMME :

### MARKETING RELATIONNEL (env. 1 jour)

#### Introduction

- Marketing différencié vs. marketing indifférencié
- Marketing relationnel au coeur du marketing B2B et B2C
- Combinaison / complémentarité des différents types de marketing

#### Définition et spécificités du marketing relationnel

- Marketing traditionnel : acquisition de nouveaux clients et réalisations de transactions
- Evolution : établissement de relations satisfaisantes et durables entre l'entreprise et ses clients :
- pression concurrentielle : fidélisation
- développement technologique: nouveaux outils de collecte, d'analyse de données, de personnalisation et d'interaction
- Définition

#### Caractéristiques majeures

- Moyens d'actions individualisés et interactifs (vs communication de masse)
- objectif de changement ou de renforcement durables des attitudes des clients (vs déclenchement d'HA immédiat, Mkg Direct objectif transactionnel et non relationnel)
- Marketing relationnel vs. Marketing One to One

#### Les principales modalités du marketing relationnel

- Connaître les clients
- Parler aux clients.
- Ecouter les clients
- Récompenser les clients pour leur fidélité
- Associer les clients à la vie de l'entreprise ou de la marque

#### Les limites du marketing relationnel

- Les erreurs à ne pas commettre

OFELI – SARL au capital de 7500€

26, Rue des Rigoles – 75020 PARIS

Tel : 01.43.60.39.22 Fax : 01.43.60.35.91

Siret : 488 148 933 00010 No de déclaration : 1175 40502 75

[www.ofeli.fr](http://www.ofeli.fr)