



Savoir cibler sa clientèle



Ce type de formation est parfait pour savoir si ce qu'on fait déjà est correct ou pas. Nous donne d'excellentes pistes pour développer nos propres outils.

Café-théâtre Côté-Cour (Jonquière)



Description de l'atelier

« Je ne connais pas la clé pour réussir en affaires, mais la clé pour échouer est assurément de tenter de faire plaisir à tout le monde »
- T.J. Shier

Cet atelier permet au participant d'avoir recours à des outils pour mieux identifier sa clientèle et de prendre le pouls de celle-ci pour orienter sa stratégie marketing.

Éléments de contenu

- Savoir utiliser les données sociodémographiques comme un outil marketing
- Choisir les clientèles appropriées à son entreprise
- Les méthodes d'évaluation de la clientèle (carte d'appréciation, sondage téléphonique, sondage postal, etc.)
- Monter une ébauche de questionnaire pour sa clientèle

Approche pédagogique

À l'aide d'exposés interactifs, d'exercices individuels et d'échanges en groupe, le participant peut utiliser les différentes données et outils fournis pour orienter sa stratégie marketing. Le participant construit également une ébauche de questionnaire pour mieux connaître le profil de sa clientèle.

Participants

Toute personne qui désire connaître davantage sa clientèle et mieux identifier les segments qui seraient profitables pour le développement de son entreprise. Maximum 25 participants.

Durée

3 heures

Matériel fourni

Chaque participant reçoit un cahier du participant comprenant les éléments théoriques et les différents exercices.