

Evaluer la situation et agir de manière ciblée



Romano Schalekamp, auteur du parcours marketing: «Grâce à ce «check-up», les petites et moyennes entreprises consolident leur savoir et mettent au jour les éléments qui pourraient être optimisés.»

La théorie est toujours un peu terne. Le parcours marketing dans les centres POST DIRECT d'Aarau et de Lausanne représente au contraire une orientation pratique et peut être mis rapidement à exécution. Romano Schalekamp nous en parle. Il a participé d'une manière décisive à l'élaboration du concept et du contenu du parcours marketing.

Le marketing direct peut être sec et indigeste. Y a-t-il dans le parcours marketing de La Poste des éléments plaisants et ludiques?

La conception du parcours est particulière. Le participant peut, selon son envie, y consacrer plus ou moins de temps et approfondir ses connaissances en marketing direct. Les informations de base sont fournies en neuf étapes différentes. Lorsqu'on aborde un point qui n'est pas d'actualité dans son entreprise, on y consacre peu de temps et, dans le cas contraire, on peut creuser certains domaines comme par exemple l'acquisition ou la fidélisation de la clientèle. Les exemples pratiques sont particulièrement intéressants. Chaque étape est illustrée par des exemples concrets de PME ayant mené leurs actions avec succès.

Le parcours marketing doit permettre à une entreprise d'évaluer rapidement la qualité de sa communication. Est-il vraiment possible dans ce domaine de fournir une prestation complète?

La difficulté majeure des petites et moyennes entreprises consiste à réussir l'optimisation de leur politique de marketing et de communication générale. C'est pourquoi il est nécessaire de couvrir tout le domaine marketing et communication. Il ne s'agit pas de mettre sur pied une analyse de détail. Les 54 questions du check-up sont conçues de manière à ce que l'entrepreneur puisse découvrir par lui-même ses points faibles principaux et déceler des éléments lui permettant de s'améliorer. Il est possible de procéder à des analyses plus approfondies au cours d'offres combinées ou de séminaires.

Peut-on remplir le formulaire de test chez soi?

Le parcours marketing fait partie intégrante de POST DIRECT. L'entreprise y trouve d'autres offres intéressantes telles que de la littérature spécialisée et un poste de travail avec PC. De plus, grâce au service de conseil gratuit et personnalisé, on peut obtenir sur place une réponse immédiate aux questions et discuter de solutions. Il est de ce fait conseillé de procéder au check-up au centre afin de profiter de tous les avantages à disposition.

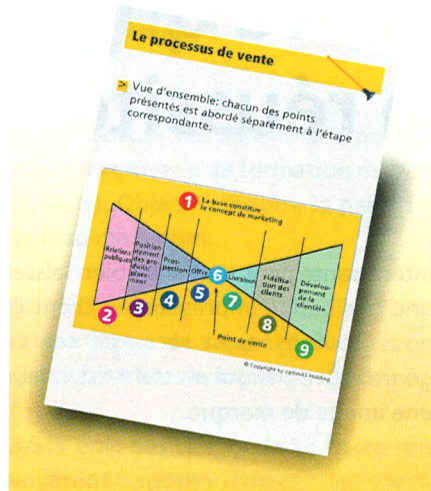
Que peut-on faire lorsqu'on est insatisfait de ses résultats?

C'est la situation idéale pour puiser dans les potentiels d'amélioration. On localise très vite, au cours de l'analyse, les domaines dans lesquels il va falloir intervenir. Pour ce faire, POST DIRECT offre un certain nombre de possibilités: littérature, offres combinées ou séminaires publics, selon le budget de chacun.

Le parcours marketing est disponible actuellement à Aarau et Lausanne. A quand dans d'autres localités?

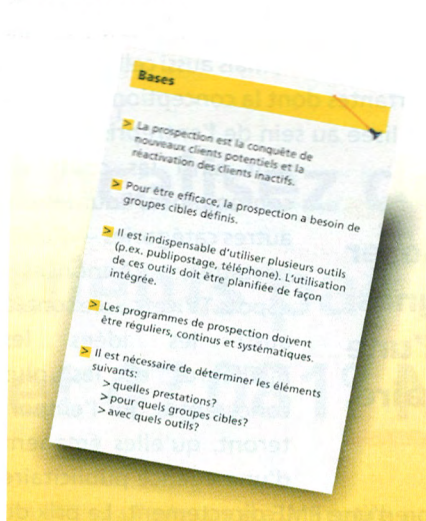
L'ouverture de centres POST DIRECT est prévue cette année à Bâle, Berne, St-Gall et Zurich. En l'an 2000 suivront Genève, Neuchâtel et le Tessin.

Le processus de vente

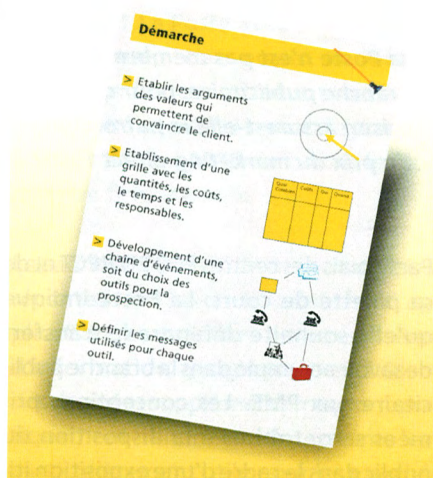


9 étapes pour optimiser la vente et le marketing: lors du parcours marketing, chaque instrument est traité séparément, approfondi et analysé dans le contexte de l'entreprise.

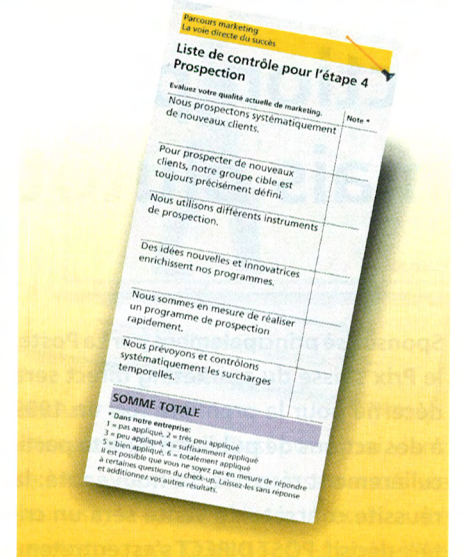
Etape 4: acquisition des clients potentiels



En un coup d'œil: les informations essentielles formant la base de l'augmentation du succès commercial.

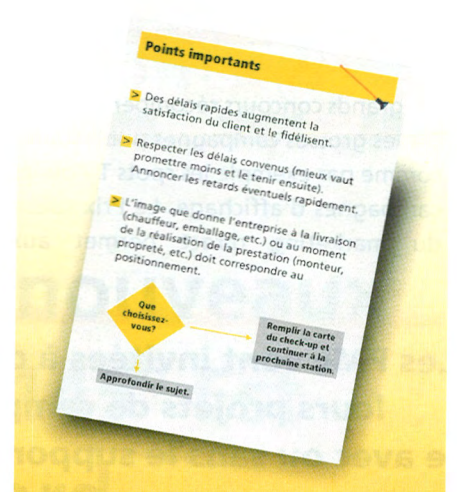


Une réalisation rentable grâce à des idées éprouvées dans la pratique.

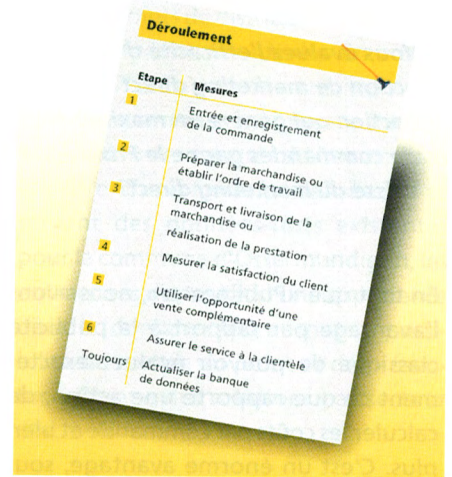


Evaluation de la situation de l'entreprise par un check-up individualisé.

Etape 7: livraison et réalisation de prestations



Informations de base succinctes ou approfondissement d'un thème: le participant décide lui-même de son rythme de travail et donc du temps investi pour le parcours marketing.



Les propositions d'agencement de déroulements et de structures peuvent être reprises en bloc ou adaptées aux besoins individuels.