

Module 4 : Fondamentaux du marketing et techniques de vente

Objectifs :

- Connaître les fondamentaux du marketing et l'importance de la relation client
- Transformer l'appel téléphonique en entretien
- Identifier ses points forts et ses points de vigilance en situation de négociation
- Adopter la bonne posture pour atteindre son objectif tout en préservant la qualité de la relation
- Préparer ses négociations avec efficacité
- Mener ses négociations pour aboutir à une conclusion mutuellement satisfaisante
- Mieux gérer les situations de blocage en négociation et sortir des situations

tendues Programme :

Fondamentaux du marketing

Jour 1

Demi-journée 1/8

- Le Marketing : Définitions et utilité (missions, démarche, outils)
 - o Principales missions du marketing (3): diagnostic, recommandation et mise en œuvre
 - o Evolutions & Tendances : Webmarketing, médias sociaux, tendances clés
- Analyse de son environnement, de la concurrence et des publics-cibles (segmentation, positionnement, stratégies produit)
 - o Définition de la stratégie marketing : les étapes clés
 - o Segmentation et ciblage des marchés prioritaires
 - o Le positionnement d'une marque ou d'une gamme de produits/services

Jour 1

Demi-journée 2/8

- Réalisation d'un plan marketing (structure et démarche)
 - o Structure type d'un plan marketing
 - o Méthodes et outils de pilotage et de contrôle

La relation client

Jour 2

Demi-journée 3/8

- Identifier les parties prenantes de la relation commerciale
- Comprendre les enjeux de la relation client :
 - o L'image
 - o Le chiffre d'affaire
 - o La fidélisation
- Comprendre les attentes du client

Jour 2

Demi-journée 4/8

- Gestion de la relation client
 - o Comportement : distinguer l'objectif opérationnel de l'objectif relationnel
 - o Ecoute : établir le contact et favoriser la confiance
 - o Détecter les attentes du client
 - o Mettre en valeur une solution
- Accepter critiques et objections Gestion des réclamations et insatisfactions
 - o Faire face aux situations délicates :
 - Annoncer un retard, une mauvaise nouvelle
 - Savoir refuser en préservant la relation
 - Gérer un incident, une insatisfaction
- Maintenir et valoriser le contact après l'intervention

Jour 3

Demi-journée 5/8

Convaincre vos futurs clients de vous rencontrer

- Préparer sa prospection
 - o Définir sa cible de prospects
 - o Constituer son fichier prospects
 - o Fixer ses objectifs de prospection
 - o Se mettre en conditions optimales
- Techniques de communication téléphonique
 - o Savoir se présenter et susciter l'intérêt
 - o Savoir franchir le barrage du secrétariat
 - o Développer une écoute active
 - o Détecter les besoins du prospect
 - o Rédiger son scénario téléphonique
 - o Se préparer aux objections des prospects

Jour 3

Demi-journée 6/8

Entretien de négociation

- Négociateur, c'est quoi ?
- La préparation de l'entretien de négociation :
 - o Les objectifs (court, moyen et long terme)
 - o Le timing de l'entretien
 - o Les intérêts communs
 - o La posture et le déroulement de l'entretien
 - o Se préparer à répondre aux principales objections
 - o La conclusion

- Les éléments en jeu en négociation
 - o Les personnes (matrice sur les attitudes fondamentales ; l'interlocuteur convergent, neutre ou divergent)
 - o Les attitudes relationnelles
 - o Les facteurs qui contribuent à générer la confiance / les critères de légitimité
 - o Les pièges de l'argumentation
- Basculer sur la vente
 - o Développer un argumentaire commercial
 - o Comprendre les différentes étapes de l'entretien de vente
 - o Repérer les signaux d'achat du client et amener la négociation du prix

Jour 4

Demi-journée 7/8

Les enjeux de la gestion de situations difficiles

- Reconnaître les types de clients difficiles, et adapter sa posture en conséquence
 - o Le client arrogant
 - o Le client chronophage
 - o Le client expert, qui croit mieux savoir que vous
 - o Le « bon copain »
 - o Le client pointilleux
 - o Le client râleur/contestataire/protestataire
 - o Le client éternellement insatisfait
 - o Le client versatile
 - o Le client mutique, la communication difficile
- Résoudre et désamorcer les situations de conflit
 - o Comprendre l'insatisfaction d'un client
 - Reconnaître les signes avant-coureurs pour mieux prévenir la situation
 - Analyser les causes de l'insatisfaction du client/les facteurs déclencheurs de mécontentement
 - Comprendre les attentes du client mécontent pour regagner sa satisfaction
 - o Ouvrir le dialogue
 - Pratiquer l'écoute active
 - Clarifier les attentes et les besoins de la personne : la faire parler, reformuler
 - Adopter la bonne attitude pour favoriser la confiance
 - Le choix des mots
 - La posture
 - L'attitude mentale (son état d'esprit)
 - o Rechercher des solutions
 - Clarifier et s'assurer des intentions communes, s'assurer qu'on est sur la même longueur d'ondes
 - Chercher des points d'accord
 - Construire une posture gagnant/gagnant
 - Prendre des engagements concrets (qui fait quoi, quand, comment)
 - o Savoir mettre fin à l'échange

Jour 4

Demi-journée 8/8

- Tirer des enseignements des situations de conflits
 - Repérer les incidents fréquents
 - Tirer des conclusions (remise en question de certaines pratiques)
 - Mettre en place des indicateurs de suivi des réclamations
 - Mettre en place des procédures, adopter certains réflexes en matière de gestion de conflits