

Secteurs d'Activités

Tourisme, (Office de tourisme, HPA, ...)

Thermalisme, thermo ludisme,

Hôtellerie/Restauration,

Services (*location véhicules, thalasso...*),

Equipement de la personne,

Industrie,

Agro-alimentaire,

GMS, GSS.



Public Concerné

Commerciaux itinérants et sédentaires,
Chargés d'affaires, Créateurs d'entreprises,
Vendeurs traditionnels et grande distribution,
Chefs d'entreprise/ Managers,
Responsables d'équipe/Cadres intermédiaires,
Hôtesses de caisse et d'accueil,
Télévendeurs, responsables de rayon,
Assistants logisticiens et commerciaux,
ADV et Secrétaires (Médicales, commerciales...)
Esthéticiennes en Institut ou à domicile.
Réceptionnistes, personnel hôtellerie/restauration,
Agents thermaux et agents de comptoir,
Chefs d'entreprise, responsables d'équipe.

Centres d'intérêt

Lecture, graphologie,
Jogging, marche rapide,
Membre actif d'un club de danse,
Couture, décoration, dessin, peinture,
Bricolage, jardinage,
Cuisine,
Cinéma, musique

Ghislaine LASSALLE-LUQUE

3, rue de « Loubéry »
65460 BOURS

☎ : 0683053460

☎ : 0562366305

lassalle.ghis@sfr.fr

55 ans - Mariée – 2 enfants



FORMATRICE - CONSULTANTE

15 ans d'expérience dans le domaine commercial
18 ans d'expérience dans la formation

Domaines

d'Interventions

Diplômes

Master 2 Sciences humaines et sociales. *Mention Bien*

Mention : Sciences de l'éducation et de la Formation

Spécialité : Métiers et Pratiques du développement professionnel

Licence

Mention : Métiers de la Formation des jeunes et des adultes

Option : Métiers de l'Apprentissage par l'Alternance

Langue

Maîtrise de l'espagnol (écrit & parlé)

Milieus d'interventions

Formation continue : Inter et Intra Entreprise

Diplômant, qualifiant, certifiant

Marketing Direct

- Créer, enrichir et gérer un fichier clients
- Rédiger un mailing
- Mettre en place un plan d'actions de marketing direct (*Mailing, Flyer, VPC, ...*)
- Identifier les différents moyens et/ou supports pour commercialiser son entreprise et/ou son produit

Audit

- Identifier et évaluer les différentes composantes de l'entreprise et du marché
- Analyser les résultats et décider des actions de développement ou des mesures correctives à apporter
- Déterminer les orientations stratégiques, les objectifs à atteindre et les moyens à mettre en œuvre

Formation de formateurs et de tuteurs

- Découvrir les spécificités relatives à la pédagogie des adultes
- Identifier les différents objectifs
- Préparer et concevoir des séances d'apprentissage
- Sélectionner, adapter et construire des outils et des supports pédagogiques
- Maîtriser différentes méthodes et situations pédagogiques
- Respecter une progression pédagogique
- Réguler un groupe en formation
- Mettre en œuvre un scénario d'évaluation
- Conduire une réunion

Relation clientèle

- Maîtriser les techniques d'accueil et de conseil
- Optimiser sa communication verbale et non verbale
- Anticiper et/ou gérer les conflits
- Connaitre la psychologie du consommateur
- Développer son attitude commerciale au téléphone

(Réception et émission d'appels : Accueillir, filtrer, vendre un rendez-vous ou un produit, prospecter, suivre et relancer des clients)

Dynamisation de la Force de Vente

- Maîtriser les différentes phases de l'entretien de vente (*De l'accueil à la prise de congé*)
- Vendre et négocier en B to C, et B to B
- Construire un argumentaire commercial (*Réalisation d'un sales book*)
- Organiser efficacement son travail (*Gestion des priorités, préparation, circuits de visites...*)
- Mettre en place des outils d'aide à la vente (*Fiche client, compte-rendu d'activité...*)
- Suivre et fidéliser la clientèle (*Planification, reporting, ...*)
- Prospecter et gagner de nouveaux clients (*Planning de suivi, tableau d'analyse*)

Valorisation du point de Vente

- Identifier le comportement du consommateur
- Maîtriser les composantes du merchandising (*Les pôles d'animation, les facteurs d'ambiance...*)
- Optimiser l'implantation et la répartition de la surface de vente
- Réaliser une vitrine attractive et vendeuse