

Module 4 : Fondamentaux du marketing et techniques de vente

OBJECTIFS :

A l'issue de la formation, le(la) stagiaire sera capable de :

- 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

PUBLIC :

Toute dirigeant d'entreprise ou conjoint collaborateur débutant ou souhaitant se perfectionner dans son développement commercial, améliorer sa relation client et sa négociation

Les sessions de formation sont organisées par groupe homogène de niveau

METHODES ET ITINERAIRE PEDAGOGIQUES :

Un questionnaire est envoyé 15 jours avant le début de la session de formation afin d'adapter la formation aux participants inscrits

Une mise en situation test est réalisée en début de formation pour confirmer le niveau des participants

- Alternance de méthodes pédagogiques participatives et actives
- Ateliers de réflexion individuels et de groupes
 - o Sur ses propres comportements
 - o Sur des cas concrets rencontrés sur le terrain
- Jeux de rôle et simulation à partir des expériences terrain
- Exposé de l'animateur et remise d'un support de cours

MODALITES

Module de 28 heures

Horaires : 9h – 12h30 / 13h30 – 17h

Les dates de formation sont fixées avec l'entreprise pour une formation en intra et disponible pour les sessions en inter sur le site www.croissancemix.fr

Les sessions de formation peuvent se dérouler à partir de 2 participants dans les locaux de l'entreprise (session intra)

PROGRAMME :

Jour 2 : La relation client

Matin :

Maintenir et valoriser le contact après l'intervention
 Exercices de mise en situation

Après midi : Convaincre vos futurs clients de vous rencontrer

Préparer sa prospection

- Définir sa cible de prospects
- Constituer son fichier prospects
- Fixer ses objectifs de prospection
- Se mettre en conditions optimales

Techniques de communication téléphonique

- Savoir se présenter et susciter l'intérêt
- Savoir franchir le barrage du secrétariat
- Développer une écoute active
- Détecter les besoins du prospect
- Rédiger son scénario téléphonique
- Se préparer aux objections des prospects

Exercices de mise en situation

Contrôle des connaissances

Jour 3 : Entretien de négociation

Matin

Négocier, c'est quoi ?

La préparation de l'entretien de négociation :

- Les objectifs (court, moyen et long terme)
- Le timing de l'entretien
- Les intérêts communs
- La posture et le déroulement de l'entretien
- Se préparer à répondre aux principales objections
- La conclusion
- Exercices de mise en situation

Après midi

Les éléments en jeu en négociation

- Les personnes (matrice sur les attitudes fondamentales ; l'interlocuteur convergent, neutre ou divergent)
- Les attitudes relationnelles
- Les facteurs qui contribuent à générer la confiance / les critères de légitimité
- Les pièges de l'argumentation

Basculer sur la vente

- Développer un argumentaire commercial
- Comprendre les différentes étapes de l'entretien de vente
- Repérer les signaux d'achat du client et amener la

et en salle de formation (session intra ou inter) équipée de vidéo projecteur ou écran lcd et paper board
L'accueil se fait autour d'une collation

Informations et inscription :

serviceformation@croissancemix.fr

PROGRAMME :

Jour 1 : Fondamentaux du marketing

Matin

Le Marketing : Définitions et utilité (missions, démarche, outils)

- Principales missions du marketing (3): diagnostic, recommandation et mise en œuvre
- Evolutions & Tendances : Webmarketing, médias-sociaux, tendances clés

Analyse de son environnement, de la concurrence et des publics-cibles

(segmentation, positionnement, stratégies produit)

- Définition de la stratégie marketing : les étapes clés
- Segmentation et ciblage des marchés prioritaires

Après midi

Analyse de son environnement, de la concurrence et des publics-cibles

- Le positionnement d'une marque ou d'une gamme de produits/services

Réalisation d'un plan marketing (structure et démarche)

- Structure type d'un plan marketing
- Méthodes et outils de pilotage et de contrôle

Exercices de mise en situation

Contrôle des connaissances

Jour 2 : La relation client

Matin :

Identifier les parties prenantes de la relation commerciale -

Comprendre les enjeux de la relation client :

- L'image
- Le chiffre d'affaire
- La fidélisation

Comprendre les attentes du client

Gestion de la relation client

- Comportement : distinguer l'objectif opérationnel de l'objectif relationnel
- Ecoute : établir le contact et favoriser la confiance
- Détecter les attentes du client
- Mettre en valeur une solution
- Accepter critiques et objections

Gestion des réclamations et insatisfactions

- Faire face aux situations délicates:
- Annoncer un retard, une mauvaise nouvelle
- Savoir refuser en préservant la relation
- Gérer un incident, une insatisfaction

négociation du prix

Exercices de mise en situation

Contrôle des connaissances

Jour 4 : Les enjeux de la gestion de situations difficiles

Matin

Reconnaître les types de clients difficiles, et adapter sa posture en conséquence

- Le client arrogant - Le client chronophage - Le client expert, qui croit mieux savoir que vous – Le «boncopain» - Le client pointilleux - Le client râleur/contestataire/protestataire - Le client éternellement insatisfait - Le client versatile - Le client mutique, la communication difficile

Résoudre et désamorcer les situations de conflit

- 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
- 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)

Exercices de mise en situation

Après midi

Résoudre et désamorcer les situations de conflit

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)

Savoir mettre fin à l'échange

- 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

Exercices de mise en situation

Contrôle des connaissances