



PROGRAMME DE FORMATION – MALETTE DU DIRIGEANT

MARKETING COMMUNICATION

Module 4 : Fondamentaux du marketing et techniques de vente

<p>OBJECTIFS</p>	<ul style="list-style-type: none">• 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
<p>PRE-REQUIS</p>	<p>Cette formation ne nécessite aucun prérequis</p>
<p>MODALITES D'ACCES A LA FORMATION</p>	<p>Aucun</p>
<p>PROGRAMME DE FORMATION</p>	<p>JOUR 1 <u>Fondamentaux du marketing</u></p> <ul style="list-style-type: none">• Le Marketing : Définitions et utilité (missions, démarche, outils)<ul style="list-style-type: none">○ 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)<ul style="list-style-type: none">○ Définition de la stratégie marketing : les étapes clés○ Segmentation et ciblage des marchés prioritaires○ Le positionnement d'une marque ou d'une gamme de produits/services• Réalisation d'un plan marketing (structure et démarche)<ul style="list-style-type: none">○ Structure type d'un plan marketing○ Méthodes et outils de pilotage et de contrôle <p><u>La relation client</u></p> <ul style="list-style-type: none">• Identifier les parties prenantes de la relation commerciale• Comprendre les enjeux de la relation client :<ul style="list-style-type: none">○ L'image○ Le chiffre d'affaire○ La fidélisation• Comprendre les attentes du client• Gestion de la relation client<ul style="list-style-type: none">○ 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



JOUR 2

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
 - Maintenir et valoriser le contact après l'intervention

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

JOUR 3

Entretien de négociation

- **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
- **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 négociation du prix



	<p>JOUR 4</p> <p><u>Les enjeux de la gestion de situations difficiles</u></p> <ul style="list-style-type: none">• Reconnaître les types de clients difficiles, et adapter sa posture en conséquence<ul style="list-style-type: none">○ Le client arrogant○ Le client chronophage○ Le client expert, qui croit mieux savoir que vous○ Le « bon copain »○ 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<ul style="list-style-type: none">○ Comprendre l'insatisfaction d'un client<ul style="list-style-type: none">▪ 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<ul style="list-style-type: none">▪ 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)○ Rechercher des solutions<ul style="list-style-type: none">▪ 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<ul style="list-style-type: none">○ 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
DUREE	4 JOURS – 28 HEURES
PROFIL DES INTERVENANTS	Formateur spécialisé en bureautique
EVALUATION	Exercices de validation en continu et des appréciations tout au long de la formation : une note en pourcentage avec QCM d'entrée et QCM de sortie



NOMBRE DE PARTICIPANTS	1 à 5
DATE	Voir convention de formation
LIEU	INTRA-ENTREPRISE
MOYEN PEDAGOGIQUE	Alternance d'exercices pratiques et d'exposés, en 3 parties : présentation d'une situation d'usage, explication des méthodes et mise en pratique. Mise à disposition d'un support aide-mémoire.
COÛT DE FORMATION	1 400 € HT
FORMALISATION A L'ISSUE DE LA FORMATION	Attestation de fin de stage