

Les fondamentaux du marketing (21 heures)

Objectif :

Etre capable de mettre en place une démarche marketing dans l'entreprise

Contenu :

La démarche marketing
L'étude de marché
La stratégie marketing
Le plan marketing
Les décisions et leur suivi

Réaliser une étude de marché (28 heures)

Objectif :

Etre capable de mener en autonomie une étude de marché

Contenu :

Les objectifs de l'étude de marché
Les différentes techniques
Le questionnaire et son administration
L'analyse des résultats
Les décisions et leur suivi



Maison Familiale Rurale des Touches

123, boulevard Léon Bollée, 53000 Laval

Tél : 02 43 59 79 89 – Fax : 02 43 59 79 85

Email : cfp.lestouches@mfr.asso.fr Site internet : www.centredeformationdestouches.com



Maison Familiale Rurale des Touches

123, boulevard Léon Bollée, 53000 Laval

Tél : 02 43 59 79 89 – Fax : 02 43 59 79 85

Email : cfp.lestouches@mfr.asso.fr

Site internet : www.centredeformationdestouches.com

CATALOGUE 2015

FORMATIONS COMMERCE & MARKETING

MODULES DE PERFECTIONNEMENT

Fort d'une expérience de plusieurs années dans le secteur du commerce & marketing et s'appuyant sur une équipe de professionnels compétents, la MFR des Touches vous propose des modules de formation continue adaptés à vos besoins, à destination de vos salariés, dans notre centre ou sur un lieu de votre choix.



Gérer la relation clients (21 heures)

Objectif :

Etre capable de répondre aux besoins des clients et d'instaurer un climat de confiance

Contenu :

Les enjeux de la relation clients
La prospection
La prise de contact
Etablir une proposition commerciale
Assurer le suivi des propositions commerciales
Traiter les réclamations clients

Traiter les litiges & fidéliser les clients (21 heures)

Objectifs :

Etre capable d'apporter des réponses satisfaisantes aux clients afin de le fidéliser

Contenu :

La prise en considération des réclamations
Construire sa réponse
Préserver la relation de confiance
Assurer le suivi du litige

Les techniques de vente (21 heures)

Objectifs :

Etre capable de mettre en œuvre les techniques de vente adaptées à la situation

Contenu :

La préparation de la vente
La prise de contact
La découverte des besoins
L'argumentation et la réponse aux objections
La conclusion de la vente

L'approvisionnement et la gestion des linéaires en magasin (21 heures)

Objectifs :

Etre capable d'approvisionner un rayon en le rendant attractif

Contenu :

Les étapes de l'acheminement des produits vers le rayon
Les règles d'implantation
La rotation des produits
Le repérage des besoins du rayon
Le facing
La propreté du rayon

La négociation (21 heures)

Objectifs :

Etre capable de suivre une méthode permettant d'aboutir au meilleur compromis

Contenu :

Les enjeux de la négociation
Préparer sa négociation
Les stratégies de négociation
Concessions, contreparties, compromis
Conclure la négociation

Mettre en valeur les produits – Le merchandising (21 heures)

Objectifs :

Etre capable de rendre un rayon attractif afin d'augmenter les ventes

Contenu :

Les techniques de merchandising
La promotion des ventes et des nouveautés
La publicité sur le lieu de vente