

Négociation et forces de vente



En bref

- > **Langues d'enseignement:** Français
- > **Méthodes d'enseignement:** En présence
- > **Forme d'enseignement :** Cours magistral
- > **Ouvert aux étudiants en échange:** Oui

Présentation

Description

Contenu des enseignements : Mettre en place une démarche commerciale, trouver des clients, vendre sa solution, piloter son processus de vente. Comprendre les enjeux de la relation client : Comment la connaissance client et la personnalisation de la relation peuvent permettre d'accroître la satisfaction et la fidélisation des clients.

Objectifs

Ce module a pour objectif de maîtriser l'ensemble des actions qui permettent d'optimiser la relation client, de la conquête à la fidélisation.

Heures d'enseignement

| | | |
|----|-----------------|-----|
| CM | Cours Magistral | 12h |
| TD | Travaux Dirigés | 12h |

Pré-requis obligatoires

Plan du cours

1. Les enjeux de la relation client
 - 1.1 L'évolution du marketing
 - 1.2 La relation de service
 - 1.3 La satisfaction et la fidélisation des clients
 - 1.4 La connaissance des clients
2. La négociation
 - 2.1 Les composantes de la négociation
 - 2.2 Les étapes de l'entretien de vente
 - 2.3 La gestion des situations conflictuelles
3. Les outils d'aide à la vente

Compétences visées

Organiser les actions de vente, connaître et utiliser les techniques de vente appropriées, proposer et utiliser des indicateurs de pilotage, repérer les zones de progrès et utiliser les leviers d'action adéquats

Bibliographie

Gestion de la Relation Client ; Peelen ; Pearson

Marketing et Management ; Kotler, Keller, Manceau et Dubois ; Pearson

Infos pratiques

Lieux

› Le Bourget-du-Lac (73)

Campus

> Le Bourget-du-Lac / campus Savoie Technolac