

Communication et approche marketing

Mieux communiquer pour mieux vendre

Objectifs de la formation :

- Maîtriser les techniques de communication.
- Améliorer la disponibilité et l'écoute client.
- Favoriser un climat de confiance avec son client.

Public :

Toute personne assurant une fonction commerciale au sein de l'entreprise.

Outils pédagogiques :

- Questionnaire préalable d'analyse des attentes envoyé à chaque participant.
- Passation et débriefing de tests sur la communication.
- Jeux de rôle et simulations audio/vidéo.
- Traitement des attentes par des mises en situations via le questionnaire préalable.
- Echanges de pratiques professionnelles.
- Autodiagnostic (forces/faiblesses).
- Ateliers d'appropriation (binôme/trinôme).
- Plan d'actions personnalisé : axe de progrès et objectifs gradués dans le temps.

Evaluation :

- **À la fin de la session** : un débriefing oral d'évaluation des participants et du formateur : une fiche d'évaluation remplie par les participants.
- **Dans le temps** : disponibilité téléphonique du formateur. Reprise de contact à 3 (ou 6 mois) par le biais d'une fiche d'évaluation

Modalités d'organisation :

- **Lieux** : Marseille / Lyon et en entreprise sur commande
- **Durée** : 14 h soit 2 jours.
- **Honoraires par personne et par session** : 750€ HT ou Net de Taxes.

Nos coordonnées :

FRAISSINET & Associés

Référence de la formation : FA/MCMV/09

Mail : contact@fraissinet.fr

Lyon : 3, Place Danton - 69003

☎ 04 37 48 08 83 📠 04 78 71 75 68

Marseille : 54 Allée Turcat Méry - 13008

☎ 04 96 10 04 10 📠 04 91 53 07 06

www.fraissinet.fr

CONTENU ET DÉROULEMENT

4 étapes

Les bases de la communication

L'importance de la communication pour une relation client efficace et durable, le principe de la rétroactivité.

Les techniques de la communication

Savoir reformuler les besoins du client pour mieux le comprendre, développer sa propre écoute pour mieux répondre à ses besoins, les techniques de questionnement.

Les comportements à adopter

S'adapter à son client, identifier par le verbal et le non-verbal son état d'esprit, adopter un langage positif pour valoriser la vente.

Les situations difficiles

Etre à l'écoute de son client, analyser les sources de conflits, penser solution plutôt que problème, savoir expliquer le refus ou l'erreur à un client.

Cette formation reposant sur un mix de « connaissances acquises - problématiques rencontrées - apprentissage et entraînement pratique », permettra à chaque participant de mieux gérer l'appropriation ou le développement de sa pratique de vente.