



Utiliser le Marketing pour mieux Vendre

Quels leviers activer pour booster vos Ventes?

Objectifs

- Optimiser votre développement commercial .
- Comprendre l'importance du Marketing.
- Activer les principes fondamentaux du Marketing Opérationnel.

Méthodes Pédagogiques

- Apports Théoriques & Pratiques
- Partages d'Expériences & Interactivité
- Engagements & Plan d'Actions
- Évaluation des Acquis via un Questionnaire Amont/Aval & des Tests - Quiz - Ateliers

Public

Formation dédiée aux Équipes Commerciales.
Aucun prérequis.

Durée - Module de 2 jours en présentiel
Modalités d'accès - Inscription 20 jours avant

Avignon ▶ 8.9 Septembre 2022

Aix-en-Provence ▶ 2.3 Mars 2023

Tarification / Net de TVA

Intra - 990€/jour | **Inter** - 510€/jour

contact@l-mahdi.com

www.lm-formation-coaching.com

La fidélisation de vos Clients demeure l'un des plus puissants leviers pour développer durablement. Voici quelques chiffres marquants : 5% d'augmentation du taux de rétention sur les meilleurs Clients peuvent générer entre 25 et 55% d'augmentation des bénéfices (ventes croisées, montée en gamme, accessoires...). Il est généralement 7 fois plus coûteux de convaincre un nouveau Client que de vendre à un Client existant. 68% des Clients quittent une entreprise non pas en raison de problèmes, mais tout simplement par manque de communication... Alors, agissons !

Au Programme

La Fonction Marketing Opérationnel dans l'Entreprise

- Marketing Stratégique et Marketing Opérationnel.
- Le lien avec le terrain commercial.
- L'analyse des besoins des Clients.

Le lien entre le Marketing Opérationnel et la Vente

- Les Fonctions de la Force de Vente et leur évolution.
- L'Information au cœur des échanges entre le Marketing et la Vente.
- Les Sources et les Outils indispensables aux échanges d'informations.

Les Fondements du Marketing Opérationnel

- Cible - Segmentation - Positionnement.
- Les couples Produits / Marchés.
- L'Avantage Concurrentiel.
- Le SWOT / Diagnostic & Perspectives.

Les Outils indispensables

- Les 7 P du Marketing Mix ↘ Prix / Produit / Prospection / Place / Promotion / Prospection / Post-vente.
- Le Plan d'Actions Marketing et Commerciales.
- Satisfaction Clients ↘ Mise en place d'une Démarche Opérationnelle.
- Les conditions de succès de la Com et Campagne Marketing Direct ↘ Maîtrise des Fichiers, Maîtrise de la BDD.
- L'élaboration de Tableaux de Pilotage et d'Indicateurs.
- Le Retour sur Investissement de vos Actions.

Fidélisation, l'Atout Pérennité !