

10 THEMATIQUES		111 ACTIONS DE FORMATION				
Domaine de formation	Formations	Public	Durée totale Heure	Groupe de personnes	Type de pédagogie	Objectifs
	Vitrine et mise en valeur du commerce	Tout salarié	16	6 mini et 10 maxi	Théorie appliquée et cas pratiques	Réaménager sa vitrine pour valoriser l'image du commerce et augmenter les ventes Maîtriser les techniques de présentation visuelle
	Gestion d'un rayon	Tout salarié	20	6 mini et 10 maxi	Théorie appliquée et cas pratiques	Optimiser les résultats d'un rayon Assurer une bonne gestion au quotidien
	Technique de vente et fidélisation	Tout salarié	20	6 mini et 10 maxi	Théorie appliquée et cas pratiques	Discerner les différentes étapes de la vente Acquérir les techniques de ventes et de négociation pour mieux vendre (produit ou service) Développer des outils pour fidéliser sa clientèle
	Technique de prospection commerciale	Tout salarié	20	6 mini et 10 maxi	Théorie appliquée et cas pratiques	Acquérir les techniques de prospection et leurs outils Maîtriser les différentes étapes de l'entretien de la préparation à la conclusion Organiser ses rendez-vous et cibler ses prospects
	Gérer sa base de données clients	Tout salarié	16	6 mini et 10 maxi	Théorie appliquée et cas pratiques	Alimenter et enrichir sa base de données S'entourer des méthodes et outils pour exploiter sa base de données marketing Être capable de segmenter son fichier client
	Le suivi client	Tout salarié	10	6 mini et 10 maxi	Théorie appliquée et cas pratiques	Instaurer des méthodes et des outils pour développer la relation de l'entreprise avec ses clients
	Gestion de conflit (face à face; téléphone; correspondance)	Tout salarié	16	6 mini et 10 maxi	Théorie appliquée et cas pratiques	Préserver une relation de qualité avec le client Traiter les réclamations des clients avec diplomatie et efficacité Rendre les incidents en actions positives