



ACCUEIL, TECHNIQUES DE VENTE

Réussir son Marketing Opérationnel

<p>Objectifs : Commercialiser son établissement. Convaincre les stagiaires que le Marketing opérationnel répond à une stratégie basée sur les trois fonctions essentielles (marketing – gestion – social). Convaincre les stagiaires que la réussite d’une entreprise a pour fondement : - Une bonne analyse des besoins du consommateur. - Une maîtrise des investissements. - L’utilisation optimum des ressources du personnel.</p>	<p><u>Personnes concernées :</u> Encadrants. Opérateurs en cuisine et au service. Restauration commerciale indépendante – Restauration d’Hôtellerie et de loisirs.</p> <p>Pré requis : aucun</p>
<p>PROGRAMME</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) Les 5 piliers du Marketing – bâtir une stratégie 2) Comment passer de la stratégie aux décisions commerciales <ul style="list-style-type: none"> + Quel marché à conquérir ? + Comment élaborer son produit ? + Quels prix pratiquer ? + Comment choisir sa localisation ? + Comment vendre son produit ? 3) Conquérir son marché : segmentation et styles de vie <ul style="list-style-type: none"> + Le positionnement du produit 4) Les spécificités du marketing de service <ul style="list-style-type: none"> + Le contenant + Le contenu 5) Les techniques de merchandising <ul style="list-style-type: none"> + Le merchandising d’assortiment + Le merchandising de prix + Le merchandising de présentation 6) Les principes d’Omnès 7) La communication <ul style="list-style-type: none"> + L’émetteur + Le message + Le récepteur + Le support + Le Feed Back 8) L’argumentation des ventes = AIDA - ne pas écrire, télégraphier ! <ul style="list-style-type: none"> + Attirer l’attention + Intérêt + Désir + Achat 9) Les objectifs – les cibles – les moyens <ul style="list-style-type: none"> + Directs + Indirects 10) VENDRE et définir l’offre <ul style="list-style-type: none"> + Personnaliser + Simplifier + Suggérer + Promouvoir + Réaliser 11) Les supports de la vente, les mots, les formats 12) Organiser et budgéter l’action marketing 	<p>PEDAGOGIE</p> <p>Le Formateur Très expérimenté en formation de personnels pour l’Hôtellerie-Restauration de luxe.</p> <p>Moyens et pédagogie <u>-En cours de session :</u> Questions sur le contrôle de l’intérêt pour cette action. Brainstorming. Réponses aux objections et contrôles de l’adhésion. Présentation de cas de réussite et d’échec – Analyse des « pourquoi, comment... ». Synthèse collective de la session.</p> <p><u>Intra entreprise France entière et International.</u></p> <p>Tarif inter par personne</p> <p>1 jour</p> <p>590 €</p> <p>Réf : HR018</p>

Groupe PROFORMALYS – 700 stages interentreprises – partout en France