ACCUEIL, TECHNIQUES DE VENTE

Réussir son Marketing Opérationnel

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.

PROGRAMME

1) **Les 5 piliers du Marketing – bâtir une stratégie**
2) **Comment passer de la stratégie aux décisions commerciales**
   - 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**
   - Le positionnement du produit
4) **Les spécificités du marketing de service**
   - Le contenant
   - Le contenu
5) **Les techniques de merchandising**
   - Le merchandising d'assortiment
   - Le merchandising de prix
   - Le merchandising de présentation
6) **Les principes d'Omnès**
7) **La communication**
   - L'émetteur
   - Le message
   - Le récepteur
   - Le support
   - Le Feed Back
8) **L'argumentation des ventes = AIDA - ne pas écrire, télégraphier !**
   - Attirer l'attention
   - Intérêt
   - Désir
   - Achat
9) **Les objectifs – les cibles – les moyens**
   - Directs
   - Indirects
10) **VENDRE et définir l'offre**
   - Personnaliser
   - Simplifier
   - Suggérer
   - Promouvoir
   - Réaliser
11) **Les supports de la vente, les mots, les formats**
12) **Organiser et budgéter l'action marketing**

Personnes concernées :

Encadrants.
Opérateurs en cuisine et au service.
Restauration commerciale indépendante – Restauration d'Hôtellerie et de loisirs.

Pré requis : aucun

PEDAGOGIE

Le Formateur
Très expérimenté en formation de personnels pour l'Hôtellerie-Restauration de luxe.

Moyens et pédagogie
-En cours de session :
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.

Intra entreprise France entière et International.

Tarif inter par personne

1 jour

650 €

Réf : HR018

Groupe PROFORMALYS – 700 stages interentreprises – partout en France