

SOMMAIRE

Chapitre 1 : Introduction.....	5
Chapitre 2 : Les fondamentaux de la négociation.....	7
1. LE MARCHÉ.....	7
2. LES ÉTUDES DE MARCHÉ.....	11
3. LE PRODUIT.....	12
4. LA MARQUE.....	14
5. LES DIFFÉRENTES SITUATIONS DE NÉGOCIATION.....	15
6. LES DIFFÉRENTES STRATÉGIES ET TECHNIQUES DE NÉGOCIATION.....	16
7. LA FORCE DE VENTE.....	18
8. LA PROSPECTION.....	22
Chapitre 3 : Le B to C.....	31
1. LE CONSOMMATEUR.....	31
2. LES OUTILS D' AIDE À LA VENTE.....	36
3. LES ÉTAPES DE LA VENTE.....	37
4. LES TECHNIQUES DE FIDÉLISATION.....	42
Chapitre 4 : Le B to B.....	49
1. LES DIFFÉRENTS TYPES DE PROFESSIONNELS.....	49
2. LES OUTILS D' AIDE À LA VENTE.....	50
3. LA PRÉPARATION DE LA NÉGOCIATION.....	51
4. LES ÉTAPES DE LA VENTE.....	52
5. QUE PEUT-ON NÉGOCIER AVEC SON FOURNISSEUR.....	56
6. COMMENT FIXER UNE MARGE DE MANŒUVRE.....	60
7. LES TECHNIQUES DE FIDÉLISATION.....	61
8. PARTENARIAT.....	62
Chapitre 5 : La distribution en esthétique.....	71
1. LES DIFFÉRENTES CANAUX ET CIRCUITS DE DISTRIBUTION.....	72
2. LES DIFFÉRENTES FORMES DE COMMERCE.....	74
3. LA DISTRIBUTION DES COSMÉTIQUES EN FRANCE.....	76
4. LES CRITÈRES DE RÉUSSITE DE VOTRE POINT DE VENTE.....	79