

SOMMAIRE LIVRE

TECHNIQUES DE NEGOCIATION, RELATION CLIENTS

Chapitre 1 : Introduction

Chapitre 2 : Les fondamentaux de la négociation

OBJECTIF CHAPITRE

I) Le marché

- 1) Les caractéristiques du marché
- 2) Les différents types de marché
- 3) La segmentation du marché

II) Les études de marché

III) Le produit

IV) La marque

V) Les différentes situations de négociation

VI) Les différentes stratégies et techniques de négociation

- 1) Les stratégies de négociation
- 2) Les techniques de négociation

VII) La force de vente

- 1) Le rôle du vendeur
- 2) Les 2 types de vendeurs
- 3) La rémunération du vendeur
- 4) Les qualités du vendeur
- 5) Le recrutement de la force de vente
- 6) L'organisation de la force de vente

VIII) La prospection

- 1) Délimitation de la zone de chalandise
- 2) Utilité de la détermination de la zone de chalandise

SYNTHESE

QCM

ENTRAINEMENT

Chapitre 3 : Le B to C

OBJECTIF DU CHAPITRE

I) Le consommateur

II) Les étapes de la vente

III) Les techniques de fidélisation

SYNTHESE

QCM

ENTRAINEMENT

Chapitre 4 : Le B to B

OBJECTIF DU CHAPITRE

I) Les différents types de professionnels

II) Les outils d'aide à la vente

III) La préparation de la négociation

IV) Les étapes de la vente

V) Que peut-on négocier avec son fournisseur

VI) Comment fixer une marge de manœuvre

VII) Les techniques de fidélisation

VIII) Partenariat

SYNTHESE

QCM

ENTRAINEMENT

Chapitre 5 : La distribution en esthétique

OBJECTIF DU CHAPITRE

I) Les différents canaux et circuits de distribution

II) Les différentes formes de vente

III) La distribution des cosmétiques en France

SYNTHESE

QCM

ENTRAINEMENT