

Développer le marketing interne pour amener chacun à faire évoluer son rôle dans l'attractivité, la compétitivité, la réputation et la solidité durable de son organisation.

/ PLAN DE LA FORMATION

Le besoin vital d'engagement : vers un marketing 5.0.

Le virus techno-économique et ses ravages • Comment le marketing a-t-il vieilli ? • La place de l'échange dans les relations humaines • Le risque de dérive vers les froides bureaucraties • La responsabilité individuelle et la prospérité • 4 dimensions de la coopération la prospère et paisible

Le management vu comme un marketing interne

La double dimension du marketing interne • Le rôle primordial de l'interaction • Les 8 facettes du management vu comme un marketing interne

La fonction vente, le sain commerce et la qualité des échanges

Vendre c'est vivre et réciproquement • La *meta* fonction vente • Concept de produit-relation • Qui pense ne pas faire de commerce ? • Les rudiments de la vente classique

Vendre en équipes

L'enjeu de la symétrie relationnelle • Chez le client ! • Personnaliser les relations • Alternier les rôles • Réussites et échecs • L'interactivité cognitive • Ambivalence des champions • Concept d'interlocuteur unique

Pour une qualité intégrale

Qualité, dignité et grandeur • Double image de la

qualité • Définition exigeante de la qualité • 4 niveaux de qualité intégrale • Sur-sollicitation polluante ou authenticité ? • L'équilibre des normes et des exigences • Le rôle des détails dans la qualité intégrale • Les risques de l'autosatisfecit • Le laboratoire de la qualité • Répondre vraiment et authentiquement aux observations des clients

Le drame !? ... et le défi de l'accueil

LE critère central de l'accueil réussi • Les 8 formes d'accueil • Les dysfonctionnements de l'accueil • Les causes-racines du manque de qualité de l'accueil • La typologie des « tueurs » d'accueil

Un projet conscient pour la qualité de l'accueil

La tentative de coopération • L'accueil est un processus • Le difficile sujet des compétences psycho-relationnelles • Des solutions-racines génériques • Les aspects matériels de l'accueil • La « ventaccueil »

Refonder la place du marketing partagé

Le double environnement • La spécialisation excessive du marketing • L'éloignement du client • L'affaiblissement de la vente

Comment développer un marketing interne externe (« Markintex ») ?

Développer une politique délibérée • Définir clairement les principes du « Markintex » • Recréer toutes les connexions dans l'ensemble de l'organisation • L'implacable « expérience client »

/ PRÉ-REQUIS

- Pas de pré-requis

4 370€ HT

/ PUBLIC CONCERNÉ

- Dirigeants, Directeurs et Managers, quel que soit leur niveau et leur métier,

Période 1
2 jours

Période 2
2 jours

Période 3
2 jours

Période 4
2 jours

/ SUIVI ET ÉVALUATION

- Élaboration d'une grille d'évaluation au démarrage et à la fin de la formation
- Mise en situation en cours de formation
- Cas concrets des participants traités en séance

/ COMPÉTENCES CIBLES

Transformer l'organisation dans le sens d'une meilleure orientation clients, d'une cohésion interne et d'une vente en équipes
Obtenir plus d'engagement de la part des équipes
Mettre en place les principes d'un accueil de grande qualité dans l'organisation
Élaborer un plan d'actions visant un meilleur partage de la fonction marketing et vente
Développer un management axé sur un marketing interne très stimulant
Rénover les outils et principes de mesure de la qualité intégrale de l'organisation
Ne pas laisser s'installer la démotivation

/ MÉTHODE PÉDAGOGIQUE

ENDOGENÈNE a fait le choix de mener toutes ses formations interactives en les alimentant d'exemples concrets :

- Apports conceptuels
- Mises en situation, décodage, conseils
- Pédagogie interactive à partir de situations réelles issues du fonctionnement des entreprises représentées, mais aussi de cas anonymes issus d'autres entreprises, afin d'illustrer le caractère générique des techniques de management que nous apportons.

/ DES PROFESSIONNELS CHEVRONNÉS

Équipe de recherche et d'expertise en management
Cursus des formateurs : Doctorats et Masters
Conseil et formation auprès de plus de 2 700 dirigeants et cadres de direction et plus de 20 000 managers
Plus de 27 000 heures en formation et en intervention

/ CONTACTS

Courriel : formation@endogene.eu
Tel. : +33(0)4 28 29 63 30
Site : www.endogene.eu

Bulletin d'inscription

/ Métamorphoser l'expérience client

/ INFORMATIONS

- Lieu : LYON (France)
- Dates : Nous consulter
- Tarif : 4 370€ HT / 5 244€ TTC
- Durée : 56 heures

/ PARTICIPANT Afin que nous puissions mieux vous connaître, nous vous remercions de bien vouloir joindre votre Curriculum Vitae

Mme M. NOM* : Prénom* :
.....
Téléphone* : Fonction* :
.....
E-mail* :
.....

En cas de handicap ou de besoins spécifiques d'accessibilité, contactez le service formation, en charge des demandes handicap au 04 28 29 63 30 ou par mail formation@endogene.eu

/ INFORMATIONS DE FACTURATION

Raison sociale* :
.....
N° TVA* : N° RCS :
.....
Adresse*
.....
E-mail* :
.....

Informations complémentaires :
.....
• : mentions obligatoires.
Pour en savoir plus sur la gestion de vos données personnelles et pour exercer vos droits, reportez-vous à notre politique de collecte et de gestion des données personnelles présentée sur notre site Internet.

/ RÈGLEMENT

1 - Pour la prise en compte de votre inscription, **un acompte de 2 622€ TTC doit nous être adressé avec le présent bulletin.**

2 - Pour l'enregistrement définitif de votre inscription, l'intégralité de la formation est à régler au moins **15 jours avant la date de démarrage.**

Ci-joint un chèque à l'ordre de **ENDOGÈNE** Virement au compte n° **FR76 1027 8073 0400 0212 4380 140** Date : / / 20
BIC : CMCIFR2A

Par la présente inscription, je reconnais en tant que participant, avoir reçu de la part d'ENDOGÈNE les informations préalables obligatoires.

Signature du participant :

Signature et cachet de l'entreprise :