

## Formation courte en

# ANALYSE DU COMPORTEMENT D'ACHAT DES CONSOMMATEURS ET VENTE ET PROMOTION

## FORMATION

Vous désirez comprendre les motivations d'achat des consommateurs, découvrir comment attirer leur attention, comment construire de la notoriété et susciter leur curiosité, comment activer leur mémoire, comprendre au mieux les nouveaux pouvoirs des consommateurs grâce à internet, comment modifier leurs attitudes, comment favoriser chez eux des achats impulsifs, découvrir le marketing sensoriel et le neuromarketing ?

Vous souhaitez augmenter vos ventes, fidéliser vos clients, découvrir en quoi consiste la GRC (Gestion de la Relation Client), convaincre de nouveaux clients potentiels, valoriser votre image, développer votre argumentaire de vente, mener une campagne d'emailing ?

Vous aimeriez aussi apprendre à négocier de manière efficace et savoir comment aborder au mieux votre interlocuteur ?

## COMPÉTENCES

Ces formations vous permettront d'acquérir les bases en psychologie commerciale. Vous comprendrez les différents facteurs d'influence du comportement d'achat. Vous serez capable de réaliser un argumentaire de vente. Vous découvrirez aussi quel est votre profil de personnalité en termes de techniques des ventes. Vous apprendrez à mener à bien des négociations en fonction des différents types de personnalité rencontrés et comment vous y adapter. Enfin, vous connaîtrez les différentes techniques de promotion (y compris en ligne ou via emails) et saurez comment évaluer leur efficacité.

## PROGRAMME DU COURS

### Première partie : Analyse du comportement d'achat des consommateurs

Cette première Unité d'Enseignement vous permettra d'appréhender :

- Les méthodes de classifications (typologies) des différents types de consommateurs,
- L'analyse et la compréhension des différents comportements d'achat des consommateurs,
- L'identification et la compréhension des différents processus décisionnels et comment les influencer,
- Les motivations et implications des consommateurs,
- Le développement du marketing sensoriel et du neuromarketing,

- Internet et les nouveaux pouvoirs des consommateurs,
- Les avancées et améliorations de la relation client (relation partenariale) avec les consommateurs grâce aux technologies digitales telles que le CRM et la veille numérique.

Ces différentes matières étant illustrées au travers d'exemples concrets (images, affiches, campagnes, vidéos, documentaires et formations en ligne).

### Deuxième partie : Vente et promotion

Cette deuxième Unité d'Enseignement comprend 3 cours.

#### Cours 1 : Techniques des ventes

Ce cours vous donnera l'opportunité de pouvoir élaborer un excellent argumentaire de vente grâce aux informations obtenues par les techniques d'analyse permettant de connaître au mieux le marché, la concurrence et surtout les besoins de la clientèle. Vous identifierez en quoi consiste le processus de vente et ses différentes étapes et apprendrez comment réaliser une prospection efficace.

#### Cours 2 : Techniques de négociation

Vous comprendrez les fondements et en quoi consiste non seulement la négociation mais aussi la consultation préalable. Vous apprendrez à fixer vos objectifs et marges de manoeuvre. Comment se préparer au mieux à négocier et comment élaborer un plan de contingence sont aussi des sujets abordés. La théorie des profils de personnalité DISC est également analysée très en détail et l'identification des meilleurs comportements en fonction de chacun des différents profils est aussi enseignée.

#### Cours 3 : Ventes et Promotion

Cette formation vous permettra d'analyser les différentes techniques promotionnelles disponibles selon leur nature (marchande, stratégique ou relationnelle), de découvrir comment fonctionne l'email marketing et surtout d'apprendre à développer ce type de campagne. Vous apprendrez aussi comment évaluer leur efficacité et déterminer quels sont les Call To Action (CTA) pouvant être recherchés.

### INFORMATIONS PRATIQUES :

L'ensemble de cette formation reprend deux unités d'enseignement séparées. Il faut avoir suivi la première pour pouvoir accéder aux cours de la deuxième. Ces formations sont en distanciel avec capsules vidéo et diapositives. Elles vous permettent d'avancer à votre rythme.

Chacune des Unités d'Enseignement se clôt par un examen dont la réussite vous donne une attestation.