

FORMATION ELKAÉ

DEVELOPPER SES TECHNIQUES
COMMERCIALES DANS LES SAP



Programme

La conquête d'une nouvelle clientèle

La vente de prestations et services associés

La fidélisation de la clientèle

Durée

2 jours

MODALITÉS

Objectif global

- Développement et promotion des activités de sa structure de services à la personne.

Objectifs pédagogiques

- Elaborer et animer un plan d'action commerciale
- Vendre ses services à un client ou à un prescripteur

Public visé

Tout personnel à activités d'accueil, commercial (responsable de secteur, chargé de clientèle) exerçant en structure SAP/SAAD

Profil de l'intervenant

Expert confirmé en techniques commerciales ayant une parfaite connaissance de l'environnement des services à la personne et de l'aide à domicile.

Méthodes pédagogiques

- Expositive et active - mises en situation - jeux de rôles - remise d'une boîte à outils

Lieu de déroulement

En intra : dans votre établissement ou dans nos locaux parisiens.

Durée	Tarifs	Validation	Financement
2 jours	Nous contacter	Attestation de formation	- O.P.C.A - Établissement

Renseignements auprès de Carole EDON-LAMBALLE

Directrice générale ELKAÉ
elkae@outlook.fr



ELKAÉ



FORMATION ELKAÉ

DEVELOPPER SES TECHNIQUES COMMERCIALES DANS LES SAP



Programme

	Durée
La gestion stratégique de la relation clients en SAP/SAAD	0,5 jour
Le plan d'action commerciale / plan de communication / Marketing	0,5 jour
L'entretien de vente	1 jour

Détails du programme

1/ gestion stratégique de la relation clients

La Gestion Stratégique de la Relation Client : définition, bases de la GRC, les 3 phases clés.
Le positionnement marketing. : définition du projet de service, du plan marketing, du positionnement.

La notion de mix produits / mix services comme garant de sa rentabilité
Etude de cas, exercice d'application

2/ Marketing – commercialisation – communication

La déclinaison opérationnelle du plan de service : le plan d'action commercial / plan de communication.

Savoir animer un PAC/PDC (plan d'action commerciale, plan de communication)

Etude de marchés – le marché et ses acteurs – adaptation du discours commercial

Développement de clientèle – les enjeux de la communication – la clientèle cible : les institutionnels et/ou les particuliers

3/ Relation Commerciale et entretien de vente

Le prospect : La prospection commerciale : les cibles - Evaluations des besoins - Entretien de vente - Aides financières - Devis - Les contrats (Presta/Mandat) - Les Conditions Générales de Vente

Le plan d'action : Mise en place d'indicateurs - Objectifs à atteindre - Corrections et améliorations

Les collaborateurs / chargé de clientèle : mobiliser son équipe commerciale



ELKAÉ

