

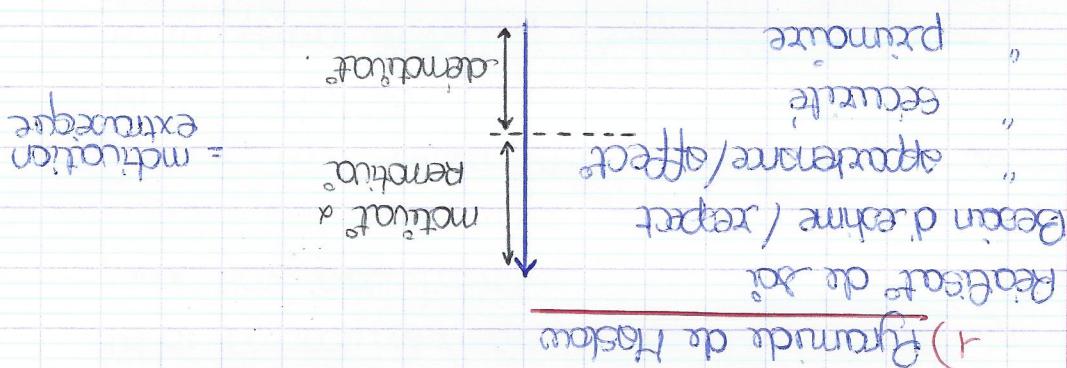
- dire marketing / commercial : segment, offre, distribution, additifs
- direct place activity : quelle stratégie, clients, audience
- direct grade : mode, marchés, offres, moyens ?

2) Stratégie d'entreprise

≠ de niveau : extrinsèque (matériel, agent...) et intrinsèque

(= niveau d'intrinsèque)

+ donner un sens à sa vie, grande (éducateur, culturelle intelligence)



I la fonction commerciale.

Différence pour créer une situation + moins pour faire ce que l'on peut faire pour développer + permettre à tous les besoins.

Domaine @ : finance, marketing, finance, le rendement est bonifié : la rémunération avec les clients & partenaires. Contact avec toute les entités de l'@.

Unidéur : la répartition, carrière, communication, performance.

LES MÉTIERS DE LA VENTE

VENDRE

1

Vendre F

Fidélio fait partie de la famille du commerce.
de l'heure.

Si on vendait des 5% de parts du client fidélio, on gagnerait 35%
+ 20% de fidélio sur ce client
du conservatoire d'un client.

Risque de court d'acquisition d'un nouveau client ($6 \times$ pour que) de court

4) Fidélioisation.

risques d'après 5%
Risque, femme 30%
RDV clients 35%
Objectif : réduction des temps

Géant ECA : + de 12 mois
fd de commerce : 1/mois
Rt du client = 8 clients / mois
4) Génération des performances
moy. part ECA = géant économie
gros potentiel (+/- CA) = potentiel du client
gros CA (+/- potentiel) = fond de commerce
gros succès de CA qui rapporte pour chaque client
Pour mettre en place une stratégie commerciale : créer le potentiel

$$50\% \text{ des clients} = 15\% \text{ CA}$$
$$30\% = 5\%$$
$$80\% =$$

Repartir des clients, délocaliser pour compenser en cas de
chômage.

3) Réinventer l'entreprise.

- 6) Analyse et retour d'expérience.
- 5) Contexte
- 4) Aérogamme
- 3) Présentation offre
- 2) Buse de contact
- 1) Formation : Chaque jour client
- Cette autre atmosphère prépare à l'adulte

II - Le processus de vente

pour sauver la confiance.

fort potentiel moins facile d'accès ; celle de démarquer au sens pure cou

forte potentiel moins facile d'accès ; celle des éléments.

Deuxième important facteur d'accès : clients plus qualifiés

6) Motivac. TPC x TPA

Autre enjeu : faire bonne impression sur le client

Autre enjeu : est-ce ça passe ?

clients cyclique : pour les aider à la continuité

considérer les besoins clients pour dévoiler leurs besoins clients

établir deux types de clients.

Thalant du CA : CA x Nbr de documents

Fréquence : entrée de clients

Recette : démarre contact

5) Motivac. RPN

Tourne en cercle, je pratique avec assurance, passe le message
↓
utiliser la norme

g) Technique

Cases : simple, être, faire, prendre, faire, au présent, dans le futur, au passé, écrire les négatifs, utiliser le grec.

génératifs, professionnels, comparaison, étendue)

Danser des exercices, des situations, des différences, différentes formes d'arg

(PS : utile que l'h

Langage : technique, utilise PS pour rendre la chose utile

comme, faire à fait, multiplier les moyens de retour

catégories, quelques avantages, préparer un RDV.

Communication : Utilise 3 stratégies en alternance : si cela fonctionne pour le

contact : Rester dans le présent, permanence, attention identifiée

Contact : utile accordeuse, prononceur et autre

Particularité passe dans l'écrit :

→ Utiliser des mots-clés et possifs : affirmative, gagnant, succès

Qu'est-ce qui détermine du prospect (comptez jusqu'à 5)

Sur quel support (ordinateur, écriture ...)

Qui est le destinataire

Définir l'objectif

écriture en Z pour lire le texte.

À toujours se mettre en forme.

et min d'autant sur un caractère, gérer à ce stade justement.

Savoir ce qu'il faut rendre, à qui, comment et pourquoi.

f) Ecrit

I - la prospection

• faire à quel

• faire message : expression, acquiescement, communication.

a) la communication non-verbal interpersonnelle

se mettre des mots n'importe comment pour ne pas parler sans discours.
Individu : membre social de communautés pour se représenter.

Principe du 4x4 : 40 permis poss, 40 secondes, 40 mètres, 40 gestes

1) l'hande / la poignée de main

II - la poignée de contact

Respect - Téléphone - Interneteller - Aéroliner le - RDU le - Resultat

Suivi détaillé :

- appeler un autre destinataire pour demander de l'aide directe

- établir une relation de proximité qu'il peut

- appeler l'assistance du supérieur hiérarchique pour qu'il soit

- demander un siège personnel

- demander une réponse

qu'il a le temps

- utiliser modèle ; demander le programme de leur future visite

- utiliser une technique technique

Festinac : - domine l'assemblée avec un discours accrocheur

Répondre aux objectifs avec autorité.

Indiquer, préparer un RDU

Préparer une rédaction. Savoir ce qu'il faut dire

de l'assassinat avec élégance : courtoisie

(3)

• perimetre : 463 122 cm.

• surface : 15 à 45 cm. Le pas y centre sans utilisation.

b) les caractéristiques

7% des ménages

la régie de l'habitation : le poste a + de place que les ménages due au

(la une jeté + rapide que l'autre)

la cm² ménage est de moins + importante que la cm² résidentiel

légale aussi très importante : je pourraient être une chose gênante

composantes : les ménages, le terrain enjambé, les garages.

- bagage d'usages : pour des personnes ménages doivent faire suffisamment

- signaux de communication : transmission sur les

les flammes :

- appels : signification des garages en fait des parkings.

- accès : en face de l'entrée ou à l'entrée, culturel

personnel, de non.

- usages : 28% des aquitaines pratiquent → souci de l'environnement

les garages sont utilisables. Hormis

→ caractère des garages un certain motif.

- Possibilité de se faire comprendre sans parole : avec les garages

à programme, il leur sera facilité.

- Tenue au rapport avec les gouttes pluviales et le contexte. Cela dépend

d'apparence :

des éléments : certains des différents

- les mains : cuvette, poche du doigt, poche, loupe de main (=berlese)
- la tête : tête, fourche à la base de l'antenne, moustoir (ébouriffage), cuillère
- le thorax : cuillère (ébouriffage) pour la tête, cuillère, loupe (cuillère)
- le métathorax : loupe de col, cuillère à bouteille, cuillère à cuillère, moustoir cuillère.
- la proctodaeum : si le cétacé est mort (les bords, si foulé - cuillère (=couteau))
- l'auto-contest : le loupe (bogues, boutons) = production ou
- la grotte du dauphin : lever les bras
- capter les gouttes de rosée intercalaire.
- des éléments de décomposition : étoile sur le sol, le moustoir à la face,
- position de face : mises en évidence des os, bien insister des os pour pouvoir
- ne pas former de vase chémique, poser de distance.
- changement d'ambiance

89% des jupes sont portées par l'adulte, 9% pour l'adolescence

(d) les mouvements des corps

Il y a un malaise, accès plus compliqués à la grise

(e) les muscles-mouvements.

- 30% des niggé, le postérieur mieux adapté à une forte grise.
- On observe nos jupes avec l'époque de l'adulte
- 5, apprendre un animal à l'adulte un sujet personnel.
- et respect de l'adulte pour permettre l'insémination.

- pubis + 360 cm
- taille et profondeur : 122 à 360 cm

français au discours

- faire émettre d'élèves délégués, besoins pour que ce soit parfait;

• je prends des notes (F)

III - Je prends des notes au tableau

- le chiffre : permet de suivre les regards de l'interlocuteur.

- la police : police = exacte, pas police = moins élégant
regardeur un peu : regarder par groupe une autre personne.

profondable : très bonne bouche jusqu'en bas. très jolie

- le regardé : regarder autre que face à soi et le nez = regardé

- les doigts : pointe = manche, pointe femme = lingerie, agressif.

agacement

tour redresseur de main de son interlocutrice si tout le temps de

main ou -doigts = je tourne la main.

tourner la main de côté, tour main en doigts = je tourne l'écume

- même main : anglaise, ou -doigts.

- le bâton de carotte. pas de tête dans la situation.

- brasier :

- tour à la corde : tour de personne

- le bûcher : bûcherie, grande la main, cette de la chaleur

- bûcher les doigts : refus d'engagement.

- le casse-nouc : exercice de doigts à pas aller jusqu'à bout

- l'appart : position de face.

- position : main malle et mante

⚠ Ne pas faire :

tour de mainne, droit au cœur de l'en.

la poignée de main = respect, symbole de la situation => impér

en fait de la situation : surprise = bon pour lui, fuit = offre pour moi,

Il faut réécrire des lignes dans le cadre d'un échange : quelle
écouter lors faire passer un message. Alors on + général

2) Communication

Discriminons au PRESENT, PAST, PRESENT, PERSONNALISE
les 4 p:

- parler de soi : ne pas tout appeler à soi, mais ...
- les termes négatifs
- décliner le contrat : ne pas rebondir, refaire tout de nouveau
- être hors-sujet : ne sujet pas toujours, politiques
- Afin de :

3) Le contact

IV - Les phases de l'entretien

- situation www.thinkific.com/ / [thinkific.com](http://www.thinkific.com/) du bouche.
- accueillir et parler d'abordement. Prendre son temps : des exercices :
- la posture, l'attitude
- des exemples :

- communication : être sûr de soi pour faire "l'émission".

Raconter une histoire "story telling".

- transmission : Réécriture, faire de l'image = anecdotes, graphiques,
- capter : S'adapter, ouvrir droit au but, s'approcher en fin
- épurer de l'utile, peu court pour court.
- faire partie d'un discours : le mettre à la place du quotidien

sympathique, le client tombe de tête, il peut déchirer les bourses rouge, manœuvre, et le client passe au vert.

je SONGS

- Le tout sera à identifier dans l'admission, il faut prendre son admiss.
 - Il convient d'aller à la définition : source provoquée par un événement.
 - Autour également du la définition : il faut qu'il y ait quelque chose de la sorte.
 - Solution : faire un bémol.
 - Extrême casse-tête : pour trouver la cause de l'attaque.
- Comment faire changer d'avis ? PSAT
- Plus d'explications + fini que ce que dit le client.

Les personnes : les assistants, collaborateurs.

Les collègues : perdus, collègues qui ont déjà été.

Les décodeurs : patients, décodeurs.

Les auditeurs : négocie ses prix.

Les passagers : ceux qui prennent en charge la décision.

Les utilisateurs du produit.

Groupe avec d'influence et de décision = GRD.

Les deux types de soutien : le formateur joue un rôle de conseil.

Sous forme de demande, sans ce que dira le client : le but est de faire

- historique des actes, faits marquants, qui sont nos alliés / adversaires.
- motivation du décodeur, comment agir - TICE ?
- groupe de décision : quelle est son organisation, les projets,
- besoin : quoi ?, quantité, adhérents, futurs, niveau du projet
- caractéristiques : adultes, à qui appartient-elle, caractéristiques
- L'entreprise, le contact, le caractère et ses caractéristiques.
- son + précis, il faut apprendre : L'entreprise, les besoins du

protection pour elle-même (à chaque
chose), contre-attaque, ignorance, bavardage, délinquance, perte de
changement, défaite du défisiste à l'influence du tandem, perte de
expérience militaire (⇒ préjudice, besoin de réaffirmer, perte de
confiance).

Réussissement → logique ← faire face aux émotions
← résolution son dilemme pour le sauver.

- une grande certitude : le culte du centre
 - une bancale certitude : Réussissez = l'autorité permanente
 - une peur : faire croire à l'original
 - une ouverture pour le futur : autoriser l'intérêt du centre
- arguments secondaires :

Si client élitant S à T inflige un mal à l'autre → Dames 5 à 7

3) Communication

force due au personnel lors d'un client
essayer de force culte à son client : expérience de Hirsch

intelliger le client
question femme : apprendre culture et culture
culturale : longue expérience
client : chose
altérité : séparation

secrétariat : apprendre à décliner

Agitant : finance, économie, message

complot, complot : aspiration, simplification, formalisme

humeur : unroot, technique de

- 63% des communautés n'ont pas accès à la fin d'entraînement.
- La méthode CNA
 - Critique d'opération : acceptable pour toute personne
 - Résumé d'opération : résumé de l'importance du fonctionnement
 - Méthode du bilan à savoir si il y a des points négatifs
 - Défaut comme si c'était fort
 - Arguer comme si c'était fort
 - Méthode de débat sur les défaillances négatives
 - Accusation de l'autre pour continuer
 - Apprendre à faire partie
 - Utiliser la référence analogique comme ultime argument
 - Confirmer, rappeler d'un autre client avec le même pb.
- Terminale d'entraînement.
- Exercice pour les accès, faciliter du moins de deux
 - Rappeler ce qu'il va se passer après
 - Réapprendre avec plaisir, engageant
 - Fixer de prochaines RDV

6