

Executive Master Management Commercial

Biographie



Eric JULIENNE

Parcours professionnel : Maître de conférences à l'Université d'Evry-Val-d'Essonne, auteur d'une thèse en marketing relationnel, membre du Center for Customer Management (groupe de recherche en relation client), co-auteur de l'ouvrage « Stratégie clients ». Précédemment : expérience de 10 ans dans la fonction commerciale chez Hewlett-Packard (ingénieur d'affaires et remarketing manager)

Syllabus

Intitulé du module ou cours : **Relation client**

Date(s) des cours : 22 avril 2016

Durée : 1 jour

Objectifs visés

- Distinguer vente transactionnelle et vente relationnelle
- Adapter ses comportements de vente
- Identifier les principaux axes d'une stratégie client

Principaux points abordés

- Les principes d'influence
- La vente orientée client
- Les attentes des clients vis-à-vis de leur interlocuteur commercial
- La stratégie client

Méthodes pédagogiques utilisées

Présentations Powerpoint, études de cas, jeux de rôle

Bibliographie

Stratégie client,

2012, coordonné par P. Volle,

Pearson

Réussir sa relation client,
2010, S. Rouvière

Relationship selling,
3rd edition, 2009,
Johnston and Marshall

La boîte à outils de la relation client,
L. Chabry, F. Gillet-Goinard,
R. Jourdan