

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

- Transformar 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

- ENDOGENE 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](mailto:formation@endogene.eu)  
Tel. : +33(0)4 28 29 63 30  
Site : [www.endogene.eu](http://www.endogene.eu)

## Bulletin d'inscription

### / Métamorphoser l'expérience client

#### / INFORMATIONS

- Lieu : LYON (France)
- Dates :  
18 et 19 mars 2025  
15 et 16 avril 2025  
20 et 21 mai 2025  
24 et 25 juin 2025
- Tarif : 4 370€ HT / 5 244€ TTC
- Durée : 42 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](mailto: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 ENDOGENE  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'ENDOGENE les informations préalables obligatoires.

Signature du participant :

Signature et cachet de l'entreprise :