



Le bouche à oreille (BAO) est souvent mis en avant par les entreprises pour indiquer la manière dont elles trouvent leurs nouveaux clients. Cependant, dans la majeure partie des cas, ce BAO n'est géré que de façon passive. Ce premier module de formation permet d'entamer une démarche active et structurée pour augmenter son chiffre d'affaire grâce au BAO.

Public

Tout dirigeant(e) et/ou collaborateur(trice) souhaitant améliorer la performance commerciale de son entreprise .

Objectifs

Au travers d'exposés théoriques, travaux en groupe, jeux de rôles et illustrations, cette formation permettra à chaque participant de :

- mieux définir ce qu'est le marketing du bouche à oreille et d'en comprendre les règles
- maîtriser les axes de réflexion pour mieux définir sa stratégie en matière de bouche à oreille
- connaître les techniques les plus simples du marketing du bouche à oreille
- se donner les moyens de bâtir un plan d'action, d'en assurer la réalisation et d'en suivre les résultats.

Contenu

Identifier

- définition du marketing du bouche à oreille et fondamentaux de la relation client
- historique et comparaison entre situation actuelle et passée sur la puissance du Bouche à Oreille
- Les 4 règles du marketing du bouche à oreille

Construire

- Les 5 piliers du marketing du bouche à oreille
- L'organisation de l'entreprise pour un bouche à oreille réussi (Ressources Humaines, budget, etc...)
- Les outils et techniques simples liés à cette méthode

Agir

- Comment bâtir son plan d'action marketing pour optimiser son bouche à oreille
- Organiser et mettre en œuvre les actions
- Suivre et mesurer les résultats de son marketing du bouche à oreille

Méthode

Apports théoriques - Supports pédagogiques - Ateliers pratiques - Mises en situation -

Informations :

Inter-entreprises : 130 euros net par participant (art 261 CGI).

Intra-entreprise : Sur devis. Vous souhaitez organiser une session dans votre entreprise? Contactez-nous au 06 45 30 56 69 ou inalza@inalza.com