



L'atout de la pratique

L'étudiant est amené à appliquer les concepts et la théorie dans sa pratique quotidienne. Le transfert des connaissances acquises est permanent.

Entretien-conseil

Pour de plus amples informations sur nos possibilités de formation ou pour plus de détails sur un cours, nous vous rencontrons volontiers lors d'un entretien-conseil personnalisé. N'hésitez pas à contacter notre secrétariat.

Markom - FMP/SECFormation Lausanne

La formation à distance nécessite des techniques d'enseignement spécifiques, un suivi adapté, des ressources et le recours des media facilitant l'acquisition. Pour la mise sur pied de cette formation à distance Markom-FMP/SEC nous travaillons en partenariat avec **FMP Formation**.



FMP Formation est le premier institut suisse de formation à distance en Marketing et Communication. Cette collaboration nous permet de proposer un cours de référence sur le marché de la formation. www.fmpformation.ch



Ce concept s'oriente autour de trois phases:

La 1^{ère} est une phase d'apprentissage des **notions générales / révision** du domaine,

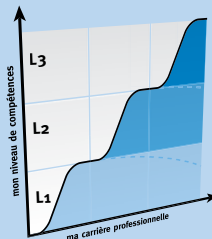
La 2^e est une phase de **développement professionnel**,

La 3^e **valide vos compétences et connaissances** dans ce domaine par une certification nationale, ou internationale ainsi qu'au moyen de formation continue pour spécialiste.

Pour chacune de ces phases, une ou plusieurs formations lui correspondent.

Ces étapes s'insèrent dans un processus ininterrompu de progression et forment le concept de l'apprentissage tout au long de la vie:

LLL - Life Long Learning.



SECFormation

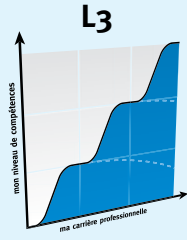
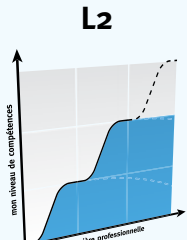
Société des employés de commerce de Lausanne
Rue Centrale 6 - CP 7476 - 1002 Lausanne
Tél. 021 312 93 47 - Fax. 021 320 99 35
formation@seclausanne.ch - www.idpro.ch



Vente et
marketing

Dans un univers économique toujours plus concurrentiel, l'orientation «marché» doit être le centre de gravité de toute politique d'entreprise.

Cet état d'esprit visant à la satisfaction des besoins et attentes des clients par des produits et services adaptés est un des facteurs clés de succès pour les entreprises.

	Formation	Objectifs	Contenu	Pré-requis	Titre obtenu	Durée	Prix
 	Brevet fédéral de Technicien de vente (spécialisation au service externe)	Le technicien de vente gère de manière autonome les domaines de la vente ou du Key Account management. Il utilise les techniques de vente adaptées et mène ses négociations avec succès! Il engage des mesures de soutien des ventes, planifie et organise des événements et construit un réseau professionnel avec ses clients et key accounts. Le technicien de vente est reconnu par ses pairs et le marché du travail comme un professionnel de son domaine, apte à prendre de nouvelles responsabilités.	Planification de la vente - Promotion de la vente - Publicité - Distribution - Marketing - Comptabilité/Controlling - Droit du domaine de la vente - Réthorique - Merchandising - autogestion/organisation personnelle - Processus de vente	<ul style="list-style-type: none"> • Etre titulaire d'un CFC d'une durée minimale de 3 ans (ou titre jugé équivalent) • Avoir 2 ans d'expérience dans le domaine de la vente • Etre titulaire du certificat MARKOM, obtenu au cours des 5 dernières années 	Technicien de Vente avec Brevet fédéral, «spécialisation au service externe»	Se renseigner auprès de notre secrétariat	Se renseigner auprès de notre secrétariat
	Diplôme professionnel de Force de Vente	Cette certification permet aux participant-e-s de maîtriser les connaissances et outils indispensables pour réussir dans la vente au service externe. En outre, elle leur permet de se positionner sur le marché de l'emploi en tant que véritables professionnels du domaine.	Marketing (les composantes du marché, les caractéristiques du marketing stratégique et du marketing opérationnel) - Planification des ventes (planifier ses déplacements, segmenter sa clientèle, créer ses argumentaires) - Prospection (connaître et savoir utiliser les différents moyens de prospection, traiter les objections) - Communication et négociation (Le langage non-verbal, conduire un entretien, analyse transactionnelle et PNL, défendre son prix, traiter les objections, déceler les motivations et les besoins du client)	Etre au bénéfice d'une formation initiale achevée, ou d'une expérience professionnelle significative pouvant être jugée équivalente	Diplômé professionnel de Force de vente reconnu par les associations professionnelles Arventis et SECLAusanne	Une formule à plein temps (réorientation professionnelle, demandeur d'emploi, stage intensif) sur 7 semaines à raison de 6 périodes par jour. Une formule en emploi pour les personnes qui exercent une activité professionnelle. Le cours est proposé sur des lundis soirs, des samedis matins et quelques vendredis après-midi sur 4 mois. Une formule à la carte pour une formation modulaire.	5'040.-*
	Le Marketing pour Manager	Cette formation explique la nécessité d'options stratégiques solides et bien définies et permet d'acquérir des outils spécifiques et des méthodes pour trouver de nouveaux produits ou améliorer ceux qui existent en détectant les besoins de la clientèle. En outre, elle permet de connaître les méthodes et les outils essentiels du marketing opérationnel.	Marketing stratégique Rôle du marketing dans l'entreprise, la fonction et son intégration - la démarche marketing - méthodes et outils de recherche/innovation Marketing opérationnel Marketing-mix - établissement des prix - distribution - communication - réalisation et contrôle du plan marketing	Toute personne sans formation marketing qui désire s'initier à cette thématique	Attestation de réussite du module «Marketing» de l'Ecole supérieure d'économie de Lausanne	La durée du cours est de 80 périodes d'enseignement, soit 20 sessions réparties sur l'ensemble du programme de 2e année de l'Ecole supérieure d'économie	1'950.-*
	Formation de généraliste en Marketing et Communication Préparation à l'examen préliminaire MARKOM	L'objectif de ce cursus de formation consiste à acquérir les notions générales dans les différentes branches de la vente, du marketing, de la communication et des relations publiques, ainsi que comprendre le cadre légal et économique qui les entoure. Il permet à se préparer à l'examen préliminaire MARKOM, passage obligé pour s'inscrire ensuite à un examen professionnel (Brevet fédéral).	Economie (buts et objectifs des entreprises, formes d'entreprises, structure du compte de résultat et du bilan, calculs de coûts et prix simples) - Droit (structure de l'ordre juridique et sources du droit, bases juridiques de la communication) - Marketing (Répartition des marchés, objectifs du marketing, instruments du marketing et leurs possibilités de mise en œuvre) - Vente et distribution (les formes de la vente et leur fonction, planification du chiffre d'affaires et des ventes, formes et canaux de distributions) - Communication marketing (possibilités de mise en œuvre de la publicité et de la promotion des ventes, Partenaires dans la production de moyens publicitaires, les principaux médias et leurs caractéristiques) - Relations publiques (différences entre communication institutionnelle et commerciale, mesures de relations publiques courantes)	Etre âgé d'au minimum 20 ans	Certificat fédéral MARKOM	La durée du cours est de 120 périodes d'enseignement à distance, plus 4 journées de «présentielle». Formule turbo: Cursus sur un trimestre (3 mois) intégrée à la planification du brevet de technicien de vente. Formule courte: Cursus sur un semestre (6 mois) non intégrée à une formation, parcours libre.	2'200.-*