

## LE MARKETING DES SERVICES

On appelle « marketing des services » toutes les prestations qui sont réalisées par une entreprise. Le marketing des services se caractérise aussi par le fait que la prestation de service en elle-même est produite et consommée en même temps par le client final.

Si vous êtes une entreprise proposant des prestations de services à vos clients, l'intérêt d'appliquer la fonction marketing est de pouvoir travailler vos services de la meilleure manière qui soit afin que ceux-ci répondent aux besoins de vos clients tout en étant rentables pour votre société. Au final donc, le même but que pour une société commercialisant des produits.

### OBJECTIF :

Saisir les spécificités des services au regard des attentes des clients pour en tenir compte dans le développement des offres. Développer un management par la qualité de service qui fidélise ses clients. Concevoir et mettre en œuvre un mix marketing et des plans d'actions spécifiques.

### PUBLIC CONCERNE :

Dirigeant, Directeur commercial, Cadre, Manager.

### CONTENU :

- Matérialiser votre offre,
- Former votre personnel à la qualité de l'accueil de vos clients,
- Gérer la relation de service et le support physique,
- Elaborer un système de fabrication d'un service,
- Connaître les problématiques de management de la qualité d'une prestation de service,
- Mesurer la qualité de service et la satisfaction client,
- Mettre en œuvre le Marketing Relationnel.

### DURÉE RECOMMANDÉE :

2 jours - 14 heures.

**HONORAIRES : La mise en œuvre donne lieu à l'établissement d'un devis.**