

Vendre Plus Acheter Mieux A L International

L'international est devenu un passage obligé pour le développement des entreprises et des salariés. A l'heure où la mondialisation est synonyme tant de risque que d'opportunité, il est indispensable de connaître les techniques commerciales de vente et d'achat à l'international. L'Union européenne s'élargissant - 25 pays aujourd'hui -, les entreprises, quelles que soient leur taille et leur activité - TPE, PME, grands groupes - doivent se tourner plus encore vers les marchés étrangers. Pour ne pas subir la concurrence internationale, la meilleure défense est encore d'investir l'étranger, car il est dangereux de rester cantonné sur son marché national. Le but de cet ouvrage est de fournir toutes les clés afin de rendre accessibles, à tous, les techniques du commerce international : en présentant l'offre commerciale, l'appel d'offres, le contrat et ses conditions de vente, via toutes les nécessités logistiques, de douane, d'assurances et de paiements ; en proposant des exemples pour chaque technique, ainsi que les documents qui sont les supports de l'action ; en apportant des conseils en matière financière et de gestion. Un guide essentiel pour tous ceux qui veulent développer leurs compétences à l'international, mais aussi comprendre et maîtriser l'univers commercial d'aujourd'hui.

Ce best-seller de la vente recense les techniques efficaces et gagnantes pour faire face à tous les clients (particuliers et professionnels). Synthétique et pédagogique, ce livre est la référence incontournable dans le domaine de la vente efficace. Cette 6e édition, entièrement revue et actualisée pour être encore plus opérationnelle, met l'accent sur les comportements du vendeur qui lui permettent de faire la différence.

Face à la demande croissante des consommateurs, ce guide pratique aidera tous ceux qui souhaitent se lancer dans la vente directe de vins et de produits fermiers ou qui s'intéressent aux circuits courts. A l'aide de nombreux exemples, il présente tout ce qu'il faut savoir pour bien réussir ses ventes directes (à la ferme, sur les marchés, sur les salons, Amap, magasins collectifs, vente par Internet...) et multiplier son efficacité en faisant appel à des intermédiaires (les circuits courts). L'auteur donne de précieux conseils pour mieux vendre. Il passe en revue les différents outils techniques utilisés lors de la vente directe et leurs contraintes réglementaires. Il tient compte de la réglementation spécifique par produit, détaille le calcul de rentabilité et présente les structures utiles pour démarer rapidement. A jour des plus récentes évolutions de ce secteur en pleine expansion, cet ouvrage donnera des arguments de vente à ceux qui ont choisi une commercialisation directe dans le respect de leurs produits, du consommateur et de l'environnement.

Vendre ou acheter sa maison

comment vendre mieux et plus

Le Livre des Assises

7 clés pour vendre plus et mieux

Analytical Dictionary of Retailing

petit guide pratique à l'usage des entrepreneurs qui veulent être plus efficaces

*Vous avez un bon produit / service, un savoir faire / une expertise... mais vous ne savez pas le vendre à la hauteur de son potentiel commercial ? Vous avez des difficultés lorsqu'il s'agit de prospecter, prendre contact, convaincre et vendre à un client ? Vous vous sentez mal à l'aise, et parfois désarmé face aux objections ? Vous n'arrivez pas toujours à capter l'attention, faire valoir vos arguments et à susciter l'adhésion du client envers votre offre commerciale et vos prestations ? Vous aimeriez être plus percutant, convaincant, vendre plus et mieux au quotidien, avec professionnalisme (et régularité) pour obtenir CROISSANCE et RENTABILITÉ ? Ce livre va devenir votre guide, car il recense les meilleures pratiques commerciales à chaque étape de la vente, de la recherche de client jusqu'à la fidélisation et la vente. C'est un véritable condensé d'Intelligence Commerciale à votre service ! Vous allez structurer votre méthode de vente et apprendre de manière concrète à : Savoir où et comment trouver vos futurs clients, Prendre contact et capter l'attention, Convaincre et vendre à votre prix, Traiter les objections, conclure plus de ventes et fidéliser vos client Au travers des concepts essentiels, des techniques commerciales testées et éprouvées, des exemples concrets et un véritable fil conducteur tout au long du livre, vous allez devenir un AS de la Vente ! Vous trouverez dans ce livre, les notions clés pour aborder sereinement les techniques de vente, accompagnées de nombreux exemples issus de ma propre expérience. Voici ce qui vous attend: Chapitre 1 : La technique de vente : on en parle beaucoup mais c'est quoi concrètement ? Chapitre 2 : Les 7 (+3 !) étapes de la vente Chapitre 3 : Détaillons ensemble chaque étape clé de la vente A- La préparation B- Comment réussir vos campagnes de prospection commerciale ? C - Comment prospecter par téléphone avec succès? D- Le rendez-vous client : L'occasion de transformer l'essai ! E- Comment réaliser une phase de découverte efficace et décupler votre taux de réussite? F - Comment vendre grâce une argumentation efficace? G- Comment transformer les objections en opportunités business? H - Savoir enfin quand et comment conclure une vente efficace! I - Que faire si malgré tous vos efforts la vente n'est pas conclue, et comment éviter de perdre une vente et un futur client? J - La fidélisation client : un enjeu stratégique pour récompenser vos efforts Chapitre 4 : Techniques de vente additionnelles pour performer davantage A - Comment séduire un prospect indifférent ? B - Comment convaincre un interlocuteur de manière efficace ? C - Comment réduire les risques et déclencher l'achat du client ? D - Vaincre enfin l'objection prix ! E - Utilisez la meilleure des techniques de vente : le témoignage client ! Chapitre 5 : Avoir la psychologie de la vente pour réussir à long terme A - Les 5 pièges et erreurs qui vous feront perdre des clients B - 19 principes clés pour réussir dans la vente Conclusion et accès aux bonus Vous aurez ainsi toutes les clés indispensables pour aller de l'avant et obtenir des résultats à la hauteur de vos efforts!*BONUS* Pour l'achat de ce livre, vous recevrez également des FORMATIONS VIDEOS complémentaires + 8 fiches synthèses au format PDF sur l'essentiel à retenir en technique de vente !*

*Cet ouvrage propose d'initier les commerciaux aux approches et outils du développement personnel pour améliorer de façon sensible leurs performances commerciales.
• Comment faire face aux critiques du client ?
• Comment l'inciter à nous choisir, nous, plutôt que le concurrent ?
• Quels comportements adopter en cas de conflit ?
• Comment ne pas se laisser submerger par ses émotions ?
• Comment négocier face à des acheteurs difficiles ?
Pour chaque phase de l'entretien commercial (de la prise de contact à la conclusion), vous bénéficierez de conseils, explications, anecdotes... et pourrez réaliser votre auto-diagnostic à travers de nombreux exercices, tests et questionnaires.*

"Il était une fois, une start-up en devenir. Entre 20 et 50 collaborateurs surmotivés. Face à eux, une start-up mieux financée, plus mature, entre 100 et 300 employés et plusieurs pays ouverts. Aux yeux des médias spécialisés, le leader du secteur ! Pas la meilleure technologie mais le First Mover, l'entreprise qui a su fédérer les meilleurs fonds d'investissement. Tous les regards sont rivés sur elle..." Voici un cas assez typique, reconstruit à de nombreuses reprises. Le fight peut démarrer ! Dans 99% des cas, voici comment l'histoire se poursuit..."Les Sales de la première start-up se mettent en tête de combattre en tous sens pour gagner des parts de marché cruciales à la survie de leur entreprise. Ceci est un réflexe assez naturel, guidé par une bonne dose de testostérone et un cerveau reptilien en quête d'achat à tout prix..." Et dans le "un pour cent" des cas restants...un Samouraï débarque ! La suite est à découvrir dans cet ouvrage !

Le code des samourais de la vente

Mieux se connaître pour vendre plus

La vente

Vente directe é circuits courts

import-export mode d'emploi

De Detroit à Lahore, la plupart des villes du monde sont confrontées à des difficultés financières, alors même qu'elles doivent assumer des responsabilités de plus en plus complexes. Le présent ouvrage, Finances municipales : manuel à l'usage des collectivités locales, prend parti – le parti des maires et des gestionnaires municipaux. Rares sont les publications consacrées à cette question qui ciblent de façon aussi directe et pragmatique les responsables de l'action publique et le personnel financier à l'échelon local. Le contenu et les principaux messages de ce manuel ont été conçus de manière à répondre aux questions et préoccupations auxquelles les villes et les municipalités sont quotidiennement confrontées dans le cadre de la gestion de leurs finances. Le manuel Finances municipales prend position. Les auteurs de ses huit chapitres examinent les enseignements observés dans divers domaines : relations entre administrations, finances des métropoles, gestion financière, gestion des recettes, des dépenses et du patrimoine public, financements extérieurs et évaluation de la performance des finances municipales. L'ouvrage traite de sujets allant de la décentralisation à la transparence et à l'obligation de rendre compte. Il explore aussi des domaines moins balisés tels que la gestion du patrimoine, la solvabilité, la réponse aux crises financières. Le manuel Finances municipales appelle à l' action. En plus de partager avec le lecteur un savoir très pointu sur de nombreux sujets techniques, il guide les autorités locales dans le labyrinthe des instruments existants. L'outil d'auto-évaluation des finances municipales (MFA), décrit au chapitre 8, devrait tout particulièrement aider les municipalités à évaluer leur situation et à progresser sur la voie des réformes.

Les techniques à connaître pour vendre plus facilement
Cet ouvrage se veut être votre clef pour ouvrir la porte de la compréhension sur l'acte de vente et d'achat. Quand celle-ci sera acquise, elle vous permettra de réussir vos ventes bien plus facilement. Toutes les ventes au client ont, au final, un point commun qui est la confrontation directe; c'est un contexte qui n'est pas toujours facile, et il est nécessaire d'acquieser des techniques pour être plus performant. De la prise de rendez-vous à la signature finale, vous trouverez ici des techniques pour convaincre vos clients, et d'autres pour vous donner plus d'assurance dans la négociation. En résumé, ces connaissances vous permettront d'augmenter vos ventes. De plus je fais un rapprochement avec la méthode de vente selon la typologie du client ceci afin de vous donner les astuces du mimétisme."

No future ? Le monde s'accélère et se cherche de nouvelles identités économiques, culturelles, virtuelles, sociales, mais aussi juridiques. Le notariat entre dans une nouvelle ère et voit ses compétences de base, telle la vente immobilière, influencées par ces évolutions. La vente immobilière a un bel avenir. Le tout est de trouver les outils pour la garantir, la gérer et la faire grandir. C'est précisément ce défi que relèvent les auteurs du présent ouvrage, sans tabous, en abordant des questions juridiques pointues, des projets technologiques ambitieux, incitant aussi les notaires à réfléchir sur eux-mêmes. Ces auteurs, tous spécialistes reconnus, francophones et néerlandophones, ont été choisis au sein du milieu notarial et dans le monde universitaire ; le barreau n'a pas été oublié. Le présent ouvrage s'articule autour de quatre parties :
- la première partie traite de la question suivante : « La vente devient-elle un contrat solennel ? » ;
- la deuxième partie aborde certains aspects du rôle de police du notaire ;
- la troisième partie s'intéresse à l'optimisation des ventes judiciaires ;
- enfin, la quatrième partie opère une analyse comparative du droit de repentir.

Acheter ou vendre un bien immobilier

Comment Utiliser Le Marketing Stratégique pour Reussir

LA NEUROVENTE

De L'état de la France, Present à Venir

outils et techniques de développement personnel à l'usage des commerciaux

L'alchimie de la vente

Vous avez déjà une entreprise, vous venez de vous lancer, vous avez le projet de créer votre activité. De toute façon, pas de réussite sans succès commercial. L'argent n'est pas dans la poche des patrons mais dans celle des clients.. Alors, comment leur donner envie d'acheter vos produits, comment faire pour qu'ils soient convaincus que vous proposez le meilleur service? Et en plus, Vendre, n'est pas forcément votre première compétence.. Comment acquérir une maîtrise qui permette d'atteindre vos objectifs tout en prenant du plaisir dans la relation commerciale? Ce livre simple, court, dense est une véritable clé d'entrée pour les patrons de jeunes entreprises, centrés sur un objectif: Faire grandir leur petite entreprise en développant leur chiffre d'affaires. Résolument non technique, ce livre adopte un ton direct, accrocheur, volontiers détendu. Dans ce guide fiable et performant, chaque chapitre est agencé selon un plan aux entrées récurrentes(témoignages d'autres entrepreneurs, avis d'expert, conseils pratiques, autodiagnostic...).Véritable coach, ce livre vous permettra aussi de mesurer l'impact des décisions que vous aurez prises!

"e.Le marketing au bout des doigts, sur votre téléphone portable..."e,"Courir Un Lievre a la Foie" vous propose de découvrir le marketing stratégique. Ce livre reunit des exemples pratiques et des techniques utilisables pour donner aux entrepreneurs créatifs les moyens de rendre leur entreprise encore plus performante. 'Comment vendre ? est l'éternelle question. David Parrish, consultant et formateur de renommée internationale, illustre les messages les plus importants de la vente et du marketing grâce à des anecdotes tirées de sa propre expérience en tant qu'entrepreneur et des succès de ses clients de par le monde.'Courir Un Lievre a la Foie' a été conçu spécifiquement pour être un livre électronique. Chaque section est succincte et écrite pour vous aider à créer votre plan marketing. Y sont joints des suggestions sur les démarches pratiques à adopter et les notions de marketing correspondantes, afin de vous aider à clarifier et affiner vos objectifs.Nous ne parlons pas ici de publicité. Une stratégie marketing intelligente n'a pas besoin de coAter cher, ni d'être flamboyante: il s'agit de comprendre votre entreprise, de réfléchir à chaque étape et de concentrer vos efforts afin de développer des stratégies et des techniques de vente moins définies pour accroître vos succès, vos profits et votre position sur le marché. 'Courir Un Lievre a la Foie' vous montrera la marche à suivre.Vous y découvrirez la puissance du marketing viral et comment bénéficier de recommandations de bouche-à-oreille. Vous comprendrez la différence entre le marketing stratégique et le marketing opérationnel, entre les communications marketing et une stratégie complète et réfléchie.La vente et le marketing devraient travailler ensemble sans encombre, soutenus par une stratégie adaptée à votre entreprise, votre secteur d'activité et votre clientèle. David pose les questions qui comptent et analyse des exemples concrets, créant ainsi une boîte à outils marketing qui vous aidera à développer votre propre stratégie marketing.'Courir Un Lievre a la Foie' vous incite à penser aussi à comment être authentique afin que vendre ne soit plus une corvée et à comprendre ce que vous vendez et pourquoi vos clients le veulent. Ce livre vous aide à calculer la valeur du produit ou du service créatif que vous vendez et vous donne des moyens précis sur comment y arriver. Il vous incitera également à penser à vos marchés locaux, nationaux et internationaux.Ce livre touche aussi aux complexités toutes particulières des entreprises creatives, au fait de travailler dans un secteur qui vous passionne, à la valeur qu'on apporte a son travail, au choix des bons clients, à faire sa publicité de manière efficace et à rendre votre entreprise rentable et prospère.Chacun des 63 courts chapitres vous suggèrera des pratiques que vous pouvez mettre en action immédiatement. Ecrit de manière pragmatique et didactique, ce livre a été crée pour les entreprises de toutes tailles - des start-ups aux entreprises établies - avec une profusion d'idées et d'anecdotes inspirantes dans lesquelles puiser de maniere quotidienne.David Parrish a travaillé avec des centaines de petites entreprises creatives et d'entrepreneurs, entreprises digitales, organisations culturelles et agences de développement des ventes de plus de 30 pays. Il est spécialisé dans les industries creatives et digitales, et aide les entrepreneurs à utiliser leur créativité pour mieux diriger leurs entreprises.'Courir un Lievre a la Foie' est son second livre, après le succes de 'T-Shirts and Suits: A Guide to the Business of Creativity', traduit et publié dans sept pays.'Courir un Lievre a la Foie' est écrit pour les entreprises creatives et digitales. En tant que boîte à outils, il s'adresse à toutes les entreprises dans le secteur des industries creatives.

" Acheter ou vendre un bien immobilier " s'adresse aussi bien aux particuliers qu'aux professionnels (intermédiaires, notaires, avocats). Il aidera les premiers à préparer et mettre en œuvre leur projet de vente ou d'acquisition. Les seconds disposeront d'une présentation complète des réglementations toujours plus nombreuses et complexes afin de mieux informer, conseiller ou mettre en garde, s'il le faut. Le vendeur a-t-il le pouvoir de vendre ? Tous les diagnostics techniques nécessaires ont-ils été réalisés ? Le bien satisfait-il aux normes de sécurité ? Le terrain est-il soumis à un plan de prévention des risques naturels ou technologiques ? Les documents d'urbanisme sont-ils à jour ? Comment les différents droits de rétractation de l'acheteur s'articulent-ils ? Quel est le mode de financement prévu ? Quelles sont les conséquences fiscales de la vente ? Quelle responsabilité pour chacun ? Mettant à la disposition des professionnels différents modèles de contrats préparatoires nécessaires à l'exercice de leur activité et leur proposant d'utiles aménagements, cet ouvrage répondra aussi aux interrogations des particuliers soucieux de préserver au mieux leurs intérêts. A jour de la loi du 13 juillet 2006 portant engagement national pour le logement, ce guide, associant exemples et conseils, apporte une réponse pratique, précise, accessible et documentée.

Stratégies pour vendre mieux

contenant l'analyse critique des auteurs et de la jurisprudence Art. 1532-1830

Le trésor de la curiosité tiré des catalogues de vente de tableaux, dessins, estampes, livres [...]

Recueil de problèmes présentant l'application des opérations de l'arithmétique aux diverses branches du commerce et de l'industrie ... Par F. P. B. [i.e. Matthieu Bransiet, called in religion Frère Philippe.] Livre de l'élève

Optimisez votre stratégie commerciale

Explication théorique et pratique du Code civil

La technicité et le savoir-faire de l'éleveur constituent les clés essentielles de la réussite d'un atelier de productions animales. La production caprine en est une illustration toute particulière, l'élevage de la chèvre étant destiné à la fourniture de lait, de viande, et plus rarement de fibre textile avec la production de mohair. Le guide de l'éleveur de chèvres dresse un panorama exhaustif et documenté d'une production emblématique française. L'ouvrage fait le point sur tous les aspects fondateurs d'une filière de qualité :
• la première partie dresse un état des lieux de la filière caprine et présente son organisation à travers les différents métiers de production et les organismes de services
• la deuxième partie aborde les composantes de la production caprine (sélection, reproduction, élevage des jeunes, alimentation, soins, logement et équipements d'élevage) en s'appuyant sur des bases scientifiques et zootekniques actualisées et rationnelles
• la troisième partie traite des aspects technico-économiques, abordant tant les résultats de l'élevage que des éléments de référence stabilisés. L'ensemble permet ainsi de porter un diagnostic sur l'atelier d'élevage existant, ou de réajuster une étude prévisionnelle de son futur atelier de production caprine. Cet ouvrage, richement illustré, s'adresse aux chevrriers déjà installés ou en flexion sur leur projet d'installation, à tous les acteurs de la filière caprine ainsi qu'aux enseignants, formateurs et étudiants en enseignement agricole, sans oublier les personnes qui ne connaissent la multitude de métiers que les éleveurs de chèvres doivent savoir maîtriser c'est-à-dire producteur de lait, et bien souvent aussi fromager et commerçant. De plus, il intéressera les éleveurs amateurs qui sont souvent à la recherche de conseils pratiques et de connaissances plus précises sur les soins à apporter à leur troupeau.

Le droit français de la vente est-il un handicap ou un atout pour les entreprises françaises souhaitant se développer à l'international ? L'ouvrage tente de répondre à cette question en s'interrogeant sur les forces et les faiblesses du droit français de la vente envisagé du point de vue des entreprises françaises exportatrices. L'étude du CREDA est centrée sur l'exécution de la vente de marchandises, et met en lumière les multiples difficultés d'ordre juridique et judiciaire, dont celles relatives à la rupture du contrat. Les travaux, tout en faisant une large place au droit français, sont menés dans une perspective internationale. Au-delà des règles inscrites dans le Code de commerce et le Code civil, ont été inclus dans le champ de l'analyse les dispositions de la Convention de Vienne, ainsi que les règlements « Rome I » et « Bruxelles I ». Cette étude de nature essentiellement juridique comporte de nombreux volets pluridisciplinaires comme l'analyse économique du commerce extérieur

"Pour cette deuxième aventure entrepreneuriale, je me suis formé à vendre et à mieux vendre. Je n'avais pas le choix, je ne pouvais pas (ni moralement ni financièrement) échouer encore une fois. Mais je restais tout de même un peu fatigué. Je n'aimais notamment pas du tout faire mes relances commerciales. Je ne savais jamais quand appeler mon prospect pour prendre des nouvelles du projet, ni s'il était vraiment intéressé. Cela me posait des problèmes pour anticiper mes ventes... J'ai alors cherché une solution pour m'aider dans mon suivi de propositions commerciales. Mais je n'ai rien trouvé. J'ai « bidouillé sur WordPress pour créer un espace privé sur lequel j'hébergeais mes propositions : mes prospects étaient ravis parce que ma proposition était plus jolie et originale. Moi, je récupérais des infos sur leur connexion, leur temps de lecture... Et mes concurrents étaient jaloux !"

La vente immobilière aujourd'hui et demain

La Vente Gagnante

MELANGES D'ECONOMIE POLITIQUE

Manuel de L'amateur D'estampes

Réussir sa vente aux particuliers

Le trésor de la curiosité tiré des catalogues de vente de tableaux, dessins, estampes, livres, marbres, bronzes, ivoires, terres cuites, vitraux, médailles, armes, porcelaines, meubles, émaux, laques et autres objets d'art, avec diverses notes et notices historiques et biographiques par M. Charles Blanc

This critical edition of the legal treatise by John of Ibelin, count of Jaffa and Ascalon (died 1266) is the first to take into account all the surviving medieval manuscripts and the first to be published since 1841.

La 4e de couverture indique : "Face à des attentes clients très élevées, la vente dans le luxe requiert un état d'esprit et des compétences spécifiques, une approche client très personnalisée et émotionnelle ainsi qu'un service sur mesure. Avec ce livre, le lecteur se familiarisera avec tous les pré-requis d'une vente réussie : Comment s'habiller ? Comment se comporter ? Comment se préparer ? Comment proposer, argumenter et conclure une vente ? Quelles actions de fidélisation envisager ? Les exemples et les conseils reprendront l'appellation des auteurs, à réussir toutes leurs ventes et à fidéliser leur clientèle"

Vendre... Est-ce un art ? Est-ce un métier ? Est-ce une technique ? Est-ce de la psychologie ? N'est-ce pas tout cela à la fois ? La vente est aujourd'hui si fondamentale, la compétition si rude que les entreprises recherchent toutes les meilleurs vendeurs. C'est pourquoi le vendeur, même chevronné, doit s'interroger sur l'évolution de son métier et de ses propres aptitudes. Il doit pouvoir s'adapter, renforcer ses compétences et ses responsabilités, et vendre de la valeur ajoutée. Ce livre vous montre comment : vous organiser, connaître un mieux le client, notamment par une bonne technique de questionnement : le comprendre grâce à l'art de l'écoute, le convaincre grâce à une bonne argumentation, une bonne démonstration et de bonnes réponses aux objections : conclure la vente et prendre congé : consolider la vente et analyser les résultats.

John of Ibelin

Développements récents et questions spéciales

Manuel de planification des marchés de vente au détail

Je veux vendre mieux

Recueil Des Cours, Collected Courses, 1982

Guide d'aide à la vente immobilière pour les particuliers

Structurez vos ressources de commercialisation pour obtenir une plus grande efficacité au moindre coût
La vente n'est pas un art, ni une intuition. C'est un processus qui implique de multiples fonctions et dépasse même les frontières de l'entreprise. Ce livre prend en compte le processus de commercialisation dans son ensemble et propose une méthodologie pratique développée par des dirigeants pour des dirigeants pour leur permettre de maîtriser les étapes du cycle de vente et d'établir un lien entre la stratégie et les opérations, entre le produit et les clients, entre l'entreprise et ses partenaires extérieurs. Ce recueil de conseils pratiques intéressera particulièrement : la direction de l'entreprise qui doit décider de l'allocation des ressources ; les chefs de produit qui ont des objectifs de revenus et de profitabilité ; les intervenants internes et externes dans les domaines de la communication, de la publicité, du marketing et de la vente ; des investisseurs qui veulent évaluer la validité d'un business model : la direction financière qui doit évaluer la rentabilité des départements de l'entreprise. Préface d'Yvon Gattaz, membre de l'Institut et président d'honneur du MEDEF. Plus que jamais, vendre ses produits ou ses services face à une concurrence accrue et dans un contexte économique défavorable est devenu un enjeu stratégique. Pour relever ce défi dans un environnement qui fait une place de plus en plus importante à la communication, ceux qui font profession de vendre doivent prendre conscience des changements d'attitudes constatés chez les acheteurs, et maîtriser parfaitement les composantes complexes de la relation client/vendeur. En proposant une réflexion, des techniques et des solutions de négociation intégrées à un plan tactique d'ensemble, Serge Coureau fait la démonstration que la vente doit passer par l'instauration d'une relation dynamique fondée sur la notion d'échange. Son livre aidera tous les professionnels à redécouvrir les caractéristiques essentielles de l'acte de vente qui consiste, surtout en période difficile, à "convaincre d'acheter".

Le contrat de vente est largement représenté à tous les niveaux de la vie contractuelle. Entre professionnels, sous des formes souvent complexes et marquées par une mutation et une internationalisation croissantes du monde des affaires. Entre particuliers, où sa présence traditionnellement importante se trouve encore renforcée par le développement des nouvelles méthodes de vente en ligne. Entre professionnels et particuliers enfin, où le droit de la vente a été marqué au fil des ans par les interventions successives d'un législateur soucieux de protéger les intérêts de la partie dite « faible ». Il s'agit d'une matière en perpétuelle évolution, sous l'impulsion croisée de la pratique, et des réponses toujours créatives que le droit des obligations contractuelles permet d'y apporter, et celle d'une réglementation qui se détermine de plus en plus à l'échelle européenne, et qui sera peut-être amenée, dans un avenir proche, à modifier certains principes fondamentaux du droit de la vente tels que nous le connaissons aujourd'hui. Cet ouvrage fait le point sur certains aspects de cette double évolution, en présentant les nouveaux textes européens que sont la directive européenne sur les droits des consommateurs et la proposition de règlement relatif à un droit européen commun de la vente, et en faisant le point sur les évolutions récentes du droit commun de la vente en matière de clauses exonératoires, de représentation, de conditions générales de ventes et de restitutions.

Le Jacquard

Vendre plus, acheter mieux à l'international

Le trésor de la curiosité tiré des catalogues de vente de tableaux, dessins, estampes...

Les Stratégies Gagnantes Étape Par Étape With Bonus Formation Vidéo

vins et produits fermiers

2