

# US180U - Stratégie commerciale

## Présentation

### Prérequis

- Admission à la formation uniquement sur dossier et entretien (si nécessaire) ;
- inscription exclusivement dans le cadre de l'obtention du titre RNCP Responsable Commercial et Marketing ou de la première année du Master Droit, économie, gestion, mention commerce marketing, spécialité distribution vente.

#### Prérequis :

- Les élèves doivent avoir le niveau de l'UE EME101 et maîtrisent ainsi les généralités sur l'économie et le management.
- Ils possèdent les connaissances - en comptabilité et en gestion - permettant de comprendre un compte de résultat.

## Objectifs pédagogiques

Cet enseignement permet de savoir définir des stratégies opérationnelles pour le compte d'une unité organisationnelle commerciale (point de vente, secteur, rayon, équipe de vente, agence, produit...).

## Compétences

Cet enseignement permet de savoir définir des politiques pour le compte d'une unité organisationnelle commerciale (équipe commerciale ou marketing )

L'enseignement permet à l'élève de :

- identifier les différences entre le niveau stratégique et le niveau opérationnel ;
- connaître et utiliser les principales matrices d'allocation de ressources et aborder les outils du diagnostic stratégique (SWOT);
- maîtriser l'environnement et les facteurs-clés de succès sur le marché ;
- appréhender et utiliser les leviers du marketing opérationnel (décisions / variables du Mix Marketing) ;
- savoir appréhender le compte de résultat entité ou d'un produit ;
- proposer et concevoir les outils de l'action commerciale.

## Programme

### Contenu

Les différents niveaux stratégiques :

- stratégie d'entreprise : croissance, sécurité, profit, souplesse... ;
- stratégie marketing : leader - suiveur - challenger - niche... ;
- stratégie produit : écrémage, prise de PDM...
- Stratégies opérationnelles :
  - analyse du portefeuille de clientèle et le ciblage ;
  - les leviers de la communication (outils, moyens, mix-communication) ;
  - le prix ;

Mis à jour le 12-04-2019



**Code : US180U**

Unité spécifique de type cours  
6 crédits

**Responsabilité nationale :**  
EPN15 - Stratégies / 1

#### Contact national :

Cnam - École MS - Département  
MIP

1D3P40, 37-2-07, 2 rue Conté  
75003 Paris

01 40 27 25 15

Rosa Alves Suzano

[rosa.alves\\_suzano@cnam.fr](mailto:rosa.alves_suzano@cnam.fr)

- l'animation promotionnelle.
- gestion
- le compte d'exploitation de l'unité
- le calcul des coûts fixes/variables, du point mort, de l'équilibre budgétaire, des marges et de leur variation...

## Modalités de validation

- Examen final

## Description des modalités de validation

Evaluation individuelle ou collective sur un cas réel d'entreprise

## Bibliographie

Titre	Auteur(s)
le management de la force de vente Pearson 2011	Alfred Zeyl, Armand Dayan, Pascal Brassier
Prospection commerciale : Stratégie et tactiques pour acquérir de nouveaux clients - Eyrolles 2009	René Moulinier
Les outils du marketing stratégique et opérationnel - Eyrolles 2010	Yves Pariot
M-Commerce - Construire et piloter sa stratégie commerciale sur mobile, 2016	Thierry PÉires, emmanuelle Stioul