ACD109 - Négociation et Management des forces de vente : approfondissements

Mis à jour le 11-06-2026

Code : ACD109

Unité d'enseignement de type cours

4 crédits

Volume horaire de référence (+/- 10%) : **40 heures**

Responsabilité nationale : EPN15 - Stratégies / Valérie CHARRIERE-GRILLON

Contact national :

EPN15 Stratégies - ICSV

37.2.08, 2 rue Conté
75003 Paris
01 58 80 86 55
Zahra ADJLOUT
zahra.adjlout@lecnam.net

Présentation

Prérequis

Avoir le niveau d'un premier cycle en économie ou gestion et/ou de compétences (professionnelles ou académiques) dans le domaine de la vente et du commerce.

Objectifs pédagogiques

Préparer et entraîner les participants à intégrer la démarche marketing dans la conception du plan d'action commerciale et à assurer la mise en oeuvre des actions retenues.
Compléter et actualiser les connaissances des auditeurs dans le domaine de la négociation et du management des forces de vente.

Présentation de l'apport de l'IA à la négociation et à la vente.

Compétences

Concevoir et assurer la mise en oeuvre d'un plan d'action commerciale.
Préparer et conduire un entretien de vente et une négociation.
Créer d'une entreprise commerciale.
Analyser un marché.
Formaliser une stratégie marketing et un positionnement.

Programme

Contenu

De la stratégie commerciale au plan d'action commerciale
La conception du plan d'action commerciale
Communication directe et vente directe
Les nouvelles formes de distribution (franchise, téléachat, ...)
Le rôle des technologies de l'information, évolutions et perspectives.
Internet et E. Commerce

Négociation et mise en oeuvre du plan d'action commerciale
Techniques de négociation, méthodes générales et cas particuliers
Le marketing d'affaires : la négociation industrielle et de projets
Le management des unités commerciales
Organisation de la prospection. Animation et contrôle des équipes de vente
Communication sur le point de vente
Exercices dirigés (études de cas)

Modalités de validation

- Examen final

Description des modalités de validation

Evaluation(s) individuelle(s) ou collective(s) sur des cas réels d'entreprise. Le mode et le calendrier de l'évaluation sont annoncés par l'enseignant en début de formation

Bibliographie

Titre	Auteur(s)
Mercator (Dunod)	J LENDREVIE J LEVY
Négociation commerciale	J.Viau, H.Sassi