

US180U - La 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

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 gérer le compte de résultat d'une 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 ;
- l'animation promotionnelle.

Comptabilité-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...

Ces contenus sont enrichis par les témoignages de professionnels dans le domaine de la stratégie opérationnelle.

Modalités de validation

🌟 Valide le 25-03-2019

Code : US180U

6 crédits

Responsabilité nationale :

EPN15 - Stratégies / Valérie
CHARRIERE-GRILLON

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

- Projet(s)

Description des modalités de validation

Réalisation en groupe (3 à 5 élèves) d'un travail d'audit de la stratégie et des outils commerciaux d'une entité commerciale dont les résultats sont présentés sous forme écrite (rapport de 25 à 30 pages au format académique) et soutenus par le groupe d'élèves.

Bibliographie

Titre	Auteur(s)
Encyclopédie de la vente et de la distribution - Economica 2001	Alain Bloch et Anne Macquin
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
Intelligence Marketing Eyrolles 2013	Jean-Paul Aimetti, Jean-Michel Raicovitch