

USM30U - Mercatique des produits et services industriels 2

Présentation

Prérequis

Il est indispensable d'avoir suivi l'USM30T (Mercatique des produits et des services industriels 1) et de suivre le Master Droit Economie Gestion, mention Marketing Vente pour pouvoir suivre cette unité d'enseignement.

Objectifs pédagogiques

- Comprendre l'articulation des marchés B2B, notamment les écosystèmes, les relations et rôles des acteurs au sein du réseau d'affaires ;
- Connaître les moyens et méthodes permettant le développement commercial des entreprises opérant par affaires ou projets ;
- Savoir définir et mettre en oeuvre une stratégie opérationnelle de développement dans un contexte B2B.

Programme

Contenu

L'évolution des relations interentreprises et des affaires

- Les évolutions des modèles marketing et la stratégie relationnelle
- Les écosystèmes, l'environnement digital et les évolutions des marchés
- Importance de la donnée en marketing B2B
- Impact de l'intelligence artificielle sur le marketing B2B

Le Marketing d'Affaires et de Projet

- Les ventes complexes
- La dimension relationnelle des affaires
- L'intimité client et la confiance dans la relation
- Les clés de l'« account based marketing »
- La segmentation stratégique en Marketing de Projet
- Les rôles commerciaux en marketing de projet

Définition du prix et les processus d'achats

- Le rôle des services d'achats et les processus d'achat des secteurs public ou privé
- Définition de la valeur et construction du prix

L'e-business et autres techniques de vente aux différents segments du marché B2B

- **Inbound marketing et e-business**
- Les caractéristiques du marché des professionnels
- L'approche géographique et relationnelle

Définition du plan marketing opérationnel

- Techniques d'alignement sales & Marketing
- La maturation de contacts (« lead nurturing »)
- Intégration omnicanale des différents moyens de communication et de commercialisation

Modalités de validation

- Contrôle continu
- Examen final

🌟 Valide le 23-02-2019

Code : USM30U

6 crédits

Responsabilité nationale :

EPN15 - Stratégies / Maria-béatriz SALGADO

Contact national :

EPN15 Stratégies - ICSV

37.2.08, 2 rue Conté

75003 Paris

01 58 80 86 55

Zahra ADJLOUT

zahra.adjhout@cnam.fr

Description des modalités de validation

Séquentiellement, l'évaluation sera construite sur :

- La participation active au cours (10%)
- Un exercice en groupe évalué (30%)
- Un partiel individuel (20%)

Un examen final individuel (40%)

Bibliographie

Titre	Auteur(s)
Marketing B to B - Principes et outils, de la stratégie à la vente (Vuibert)	DIVINE MARC
Marketing Industriel (Economica)	MICHEL - VALLA - SALLE
Traité d'Economie Industrielle (Economica)	ARENA - BENZONI - DE BRANDT - ROMANI