

USM31P - Technique de commercialisation d'un territoire

Présentation

Objectifs pédagogiques

Cette unité d'enseignement prépare les managers à construire un plan d'action en termes de développement de l'offre commerciale et de recherche-accompagnement de porteurs de projets, locaux et nationaux, en tenant compte des spécificités de l'offre commerciale, des profils de clientèle et des supports médias locaux disponibles.

Les objectifs pédagogiques sont :

- donner aux participants les outils opérationnels de recherche et d'accompagnement de porteurs de projets et de gestion des linéaires marchands
- présenter des cas concrets de réalisation par des managers en poste sur différents territoires.

Compétences

maîtrise des outils légaux de gestion des linéaires marchands, connaissance des outils et des méthodes de commercialisation, capacité à accompagner un porteur de projet et ses partenaires.

Programme

Contenu

Diagnostic territorial

- Définition de l'offre optimale
- Mesures et détermination de potentiel des activités commerciales. Implication des acteurs locaux
- Méthodes de définition d'un plan d'action à court, moyen terme. Préparation d'une charte de territoire
- Définition d'une stratégie de marque locale. Merchandising et gestion d'un pôle commercial
- Les principes de localisation du point de vente, Les principes de gestion du linéaire marchand (parcours client et merchandising urbain)
- La modélisation du potentiel commercial d'un point de vente
- L'analyse quantitative et qualitative des performances d'un point de vente

Techniques de commercialisation

- L'implication des acteurs locaux (commerçants, propriétaires, ...)
- L'implication des experts locaux (agents immobiliers, notaires, banquiers)
- La préparation des documents supports de commercialisation, La recherche et l'accompagnement des porteurs de projets
- La valorisation des locaux vacants

Estimation de la valeur d'un commerce

- Les éléments constitutifs de la valeur d'un commerce
- Les méthodes d'appréciation de la valeur d'un commerce
- Compte d'exploitation d'une activité commerciale (création, développement)
- La gestion des litiges sur l'estimation de la valeur d'un commerce

Communication et promotion d'un territoire

Mis à jour le 07-04-2020



Code : USM31P

Unité spécifique de type cours
6 crédits

Responsabilité nationale :
EPN15 - Stratégies / Valérie
CHARRIERE-GRILLON

Contact national :

Cnam Entreprises
292 rue saint martin
75003 PARIS 03
01 58 80 89 72

entreprises@lecnam.net

- La définition d'un plan de communication
- L'implication des acteurs publics et privés de la ville,
- Les modalités de financement et la création de partenariats

Modalités de validation

- Examen final

Description des modalités de validation

Analyse de cas concrets