

Négociation et développement commercial

FINALITE

Elaborer et mettre en œuvre des stratégies commerciales, animer des équipes de vente et conduire des négociations complexes.

ETUDIANTS CONCERNES

Titulaires de masters (M1 ou M2), diplômés d'écoles d'ingénieurs ou de commerce, d'université, des facultés de médecine ou de pharmacie.

METIERS VISES

Chef de secteur, responsable grands comptes, directeur des ventes, ingénieur d'affaires, Business account manager.



OBJECTIFS

Ce troisième cycle a pour objectif de former des professionnels capables :

- de maîtriser la négociation de haut niveau dans un contexte international,
- d'élaborer des solutions clients complexes et rentables,
- de concevoir des politiques de distribution adaptées à des stratégies de croissance,
- d'animer des équipes de vente et des partenaires commerciaux,
- d'optimiser le management des points de ventes.

Les cours sont dispensés par des professionnels qui apportent leur savoir et savoir-faire à travers un programme qui répond aux besoins de l'entreprise.

Ce programme s'adresse à ceux qui veulent devenir des professionnels de la négociation de haut niveau et du développement d'affaires dans un contexte international.

CONSEIL D'ORIENTATION

Benoît PASCAUD

Responsable du Msa 2

MBA HEC, Sciences Po Paris

Licence en droit

Ancien directeur marketing Europe

Gérant de société

Jean Pierre LE BIGRE

ENSBA (section architecture)

ICI (Institut de commerce international)

Administrateur de l'ODASCE

Membre associé des conseillers du commerce extérieur.

Bernard NINAUVE

Licence ès Sciences économiques

Ancien directeur du marketing et des achats en grande distribution



PROGRAMME DES COURS

Management général

(détail p. 7)

- **Fonctionnement de l'entreprise**
- **Approche Marketing**
- **Management de projet**
- **Business Plan**
- **Management au quotidien**
- **Stratégie d'entreprise**
- **Management de la qualité**
- **Gouvernance d'entreprise**

Négociation

• Négociation commerciale

Préparation ;
Argumentation ;
Techniques ;
Training.

Négociation

• Négociation grands comptes

Organisation customer centric ;
Outils d'optimisation ;
Scénarios de négociation.

• Solutions clients (en anglais)

Marketing B to B ;
Gestion de l'information ;
Création de valeur.

• Exploitation des études de marché

Etudes quantitatives et panels ;
Etudes qualitatives ; argumentation.

Business development

• Circuits de distribution

Centrales d'achat ;
Grossistes, distributeurs ;
Franchises et réseaux ; VAD.

• Stratégie de distribution

Business model ;
Accès aux marchés ;
Chanel management.

• Stratégie d'entreprise

Diagnostic interne/externe ;
Analyse stratégique ;
Stratégies de croissance.

• Politiques prix-produits

Assortiment produits ; Rôle
de l'innovation ; Gamme de prix.

• Economie internationale

Histoire et géographie économique ;
Echanges internationaux ;
Globalisation des échanges.

• Communication des enseignes et marques

Classification client ; Client flux ; Client
trafic ; Relation avec les marques.

Optimisation de l'espace de vente

• **Management du point de vente**
Implantation ; Aménagement ;
Merchandising et category
management.



• Promotion des ventes

Objectifs ; Mécaniques et techniques ;
Politiques promotionnelles.

• E commerce

Chiffres clés ; Stratégies ;
Design et ergonomie ;
Référencements ;
Sites marchands.

• Gestion de gamme

Plan de collection ;
Analyse interne et externe ; Le P.A.M.

Outils de management

• Leadership d'équipes de ventes

Organisation commerciale ;
Animation et motivation ;
Equipes de ventes externes.

• Gestion des flux :

Working capital ; Approvisionnements ;
Gestion des stocks ; Solutions
logistiques.

• Commerce international

Incoterms ; Transports ;
Import/export ;
Moyens de paiement.

• Outils de gestion

Calcul de marge ;
Elasticité prix ;
Seuil de rentabilité ;
Gestion des écarts.

• Calculs des prix de vente/achat

Méthodes ; Eléments de calcul ;
Accords commerciaux ;
Gestion des risques.

• Droit des contrats

Achat/ventes ; Franchise ;
Sous-traitance ; Licence.

• Droit de la relation commerciale

Conditions commerciales ;
Conditions générales de vente ;
Fonds de commerce.