



Négociation et développement commercial

■ FINALITÉ

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

■ PUBLIC

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

■ MÉTIERS VISÉS

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 savoir et savoir-faire à travers des cours élaborés pour répondre aux besoins actuels des entreprises.

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. 10)

- **Fonctionnement de l'entreprise**
- **Approche Marketing**
- **Finance pour Manager**
- **Management de la qualité**

Négociation

• Négociation commerciale

Préparation ;
Argumentation ;
Techniques ;
Training.

• Négociation grands comptes

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

• Customer solutions (en anglais)

Marketing BtoB ;
Negotiation skills ;

• Creative customer packages

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.

• Outil CRM

Intelligence commerciale ;
Systèmes d'optimisation ;
Programmes de développement.

• Politiques prix-produits

Assortiment produit ;
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.

• Gestion de gamme

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

• E-commerce

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

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.

