

Développer la stratégie commerciale

Infos pratiques

- > ECTS : 4.5
- > Nombre d'heures : 24.0
- > Langue(s) d'enseignement : Français
- > Niveau d'étude : BAC +5
- > Période de l'année : Enseignement neuvième semestre
- > Méthodes d'enseignement : En présence
- > Forme d'enseignement : Cours magistral
- > Campus : Campus de Nanterre
- > Composante : Sciences économiques, gestion, mathématiques et informatique
- > Code ELP : 4E9ET903

Présentation

Ce cours a pour but de réfléchir à tous les aspects stratégiques et opérationnels de son projet en se fondant sur une étude approfondie de l'environnement pour répondre aux questions suivantes : Qu'est-ce que vous voulez vendre ? A qui ? Et, comment ?

Objectifs

1. Analyser son marché : Collecte de données qualitatives et quantitatives sur les attentes des clients, à identifier les opportunités de marché, à évaluer les tendances de votre secteur d'activité et à anticiper les menaces concurrentielles.
2. Définir sa proposition de valeur et son positionnement --> créer une "marque" reconnaissable qui attire et fidélise les clients tout en se différenciant de la concurrence.
3. Élaborer un plan d'action
 - a. Fixer les objectifs commerciaux et KPI
 - b. Elaborer la stratégie de communication
 - c. Planifier les ventes

Évaluation

- Session unique

Formule standard :

Modalité : Contrôle Continu

Type : Oral - Dossier

Durée : 2h

Contenu : 50% Moyenne des livrables intermédiaires + 50% Présentation de groupe.

Formule dérogatoire :

Type : Oral

Durée : --

Contenu : 100% Examen oral

Pré-requis nécessaires

Cours fondamentaux en marketing.

Compétences visées

- Fixer des objectifs.
- Définir son plan d'action commercial et les bons KPI.

Contact(s)

- > **Sinda Agrebi dejou**

Responsable pédagogique

sagrebid@parisnanterre.fr