



MARKETING & DÉVELOPPEMENT COMMERCIAL

Dans des organisations aujourd'hui centrées sur les clients, la stratégie commerciale doit permettre d'enrichir le parcours et l'expérience client lors des différents points de contact avec la marque.

Le contact peut s'effectuer de façon digitale ou en face à face : l'omnicanalité devient un réel atout pour les marques.

Dans ce contexte, le management des équipes commerciales est primordial et le rôle de manager commercial devient donc de plus en plus complexe et stratégique.

Tout en gardant sa capacité à mobiliser, animer et motiver ses équipes, il doit également faire preuve de talent en termes de conduite de négociations, tout en pilotant la relation client à 360°.

PUBLIC CONCERNÉ

Tout responsable ou futur responsable commercial souhaitant approfondir ses compétences en e-commerce, pilotage de la force de vente et négociation commerciale.

PRÉREQUIS

Connaissance des principes et outils de la stratégie marketing.

CONTACTEZ NOTRE CONSEILLER EN FORMATION




Consultante formation
Étodie PETIT
formationcourte@essec.edu


**Prendre
rendez-vous :**




FT #9

Executive Education, 2023

 En présentiel

 6 jours
7 h 30 par jour

 ESSEC Executive Education
CNIT- la Défense

 4 500 € HT



Conditions applicables.
Contactez notre consultante formation.

- Combinaison d'apports théoriques, d'exemples réels et de cas pratiques.
- Pédagogie reposant sur la participation et l'expérience des participants, avec de nombreux travaux de groupes.
- Méthodes et théories éprouvées, applicables directement en situation.

Les acquis seront évalués par études de cas ou toute autre modalité d'évaluation adaptée au cours.

JOURS	CONTENU	OBJECTIFS
1	Pilotage de la relation marketing commerciale	
	<ul style="list-style-type: none"> ■ L'articulation marketing-commercial. ■ Les documents à élaborer. ■ L'animation marketing pour les commerciaux. ■ La motivation et le management des équipes commerciales. 	<ul style="list-style-type: none"> ■ Identifier les besoins d'une équipe commerciale. ■ Choisir les moyens d'informations et de dialogue avec l'équipe commerciale. ■ Préparer les outils de vente pour l'équipe commerciale.
2	Vers une distribution omni canal	
	<ul style="list-style-type: none"> ■ La distribution physique et e-commerce. ■ La distribution multicanal vs la distribution omni-canal. ■ Le parcours client : points de contact, pain points. 	<ul style="list-style-type: none"> ■ Élaborer sa stratégie de distribution. ■ Construire une distribution omni-canal. ■ Optimiser le parcours et l'expérience client.
3	Stratégies de retail marketing	
	<ul style="list-style-type: none"> ■ Enjeux des points de vente physiques. ■ Innovations et nouvelles pratiques. ■ Vision prospective des nouvelles opportunités. 	<ul style="list-style-type: none"> ■ Définir la stratégie retail marketing. ■ Comprendre les différents enjeux de la distribution physique. ■ Évaluer les nouvelles pratiques et y répondre stratégiquement.
4-5	Stratégie commerciale et management des forces de ventes	
	<ul style="list-style-type: none"> ■ L'organisation de la force de vente. ■ Les objectifs d'une force de vente. ■ La motivation de la force de vente. ■ Le plan de rémunération. ■ Le pilotage et le contrôle de la force de vente. 	<ul style="list-style-type: none"> ■ Définir la stratégie commerciale. ■ Manager la force de vente : recrutement, motivation, rémunération, contrôle, évaluation.
6	Négociation commerciale	
	<ul style="list-style-type: none"> ■ La préparation d'une négociation. ■ La conduite d'une négociation. ■ La confiance pour une négociation réussie. ■ La répartition de la valeur. ■ Les compétences de négociateur. 	<ul style="list-style-type: none"> ■ Maîtriser les techniques de communication et de négociation dans un but commercial. ■ Manager efficacement une équipe de commerciaux : définir les missions, fixer les objectifs, mobiliser, impliquer, soutenir, évaluer.


INTERVENANTS
■ Valérie Dailly

Intervenante ESSEC
Marketing, management, digital

■ Xavier Martin

Intervenant ESSEC
Management, des forces de vente, leadership

■ Thierry Gadaud

Intervenant ESSEC
Négociation

■ Leslie Vartabédian

Intervenante ESSEC
Stratégie digitale, e-business, marketing et commerce sur internet, omnicanalité