Outils de gestion pour les commerciaux (GEST401_LEA)

Composante
UFR Lettres, Langues et Sciences Humaines

En bref

- **Langues d'enseignement:** Français
- **Ouvert aux étudiants en échange:** Oui

Présentation

Description

Cours d'initiation aux outils de gestion pour commerciaux. Le « commercial », qu'il soit itinérant ou sédentaire, pour une clientèle en « B to B » ou en « B to C » a besoin de planifier, suivre, contrôler et adapter son activité. Pour cela, il doit maitriser des outils de gestion simples, observables et fiables.

Objectifs

Présenter et expliquer le fonctionnement des principaux outils de gestion pour le commercial. On peut distinguer les outils qui se destinent au commercial qui reçoit une clientèle (commercial sédentaire), que ce soit physiquement (dans un point de vente, un *show room*) ou virtuellement (à travers un site de E-commerce, de M-Commerce), ou au téléphone) des outils qui se destinent au commercial itinérant, qu'il travaille sur rendez-vous ou en prospection. Il existe également des spécificités selon que le commercial travaille en « B to C » ou en B to B ».

Heures d'enseignement

Outils de gestion pour les commerciaux - CM	Cours Magistral	18h

Informations non contractuelles.
Dernière mise à jour le 18 juillet 2022

Pré-requis obligatoires

Ne pas être rebuté par les chiffres ! Rassurez-vous, il s'agit d'un cours d'initiation et les notions abordées resteront simples et accessibles. Avoir une calculette même si nous ne ferons pas beaucoup de calculs en cours

Plan du cours

Seront abordés :

I/ Le capital client : définition et caractérisation de l'activité commerciale, définition et principes de gestion de la relation client, utilisation du cycle de vie du client, caractérisation des clientèles « B to C » et « B to B » ; principes de fonctionnement et intérêt pour le commercial d'être doté d'outils de gestion adaptés ; présentation de la formule « CA = Quantités vendues x Prix de vente HT » et de tout ce qu'elle représente pour le commercial.

II/ Les principaux outils de gestion pour le commercial sédentaire : présentation et illustrations : outils d'étude de la zone de chalandise, outils de segmentation d'une clientèle, outils d'analyse d'une gamme, politiques de prix, notion de coût/bénéfice pour le client, outils de marchandisage, outils de mesure des performances d'un linéaire, outils de mesure des performances de la communication commerciale, tableaux de bord d'indicateurs pour suivre l'action commerciale, ….

II/ Les principaux outils de gestion pour le commercial itinérant : présentation et illustrations : outils de conception et de gestion de tournées, entonnoir de prospection, outils de qualification d'une BDD, tableaux de *reporting,* **logiciels de gestion de messagerie électronique,** ***chatbots***, outils de gestion des notes de frais, principes et outils de CRM, ….

Compétences visées

Il s'agit d'être capable :

- de comprendre la valeur client ;

- d'identifier les grandes familles d'outils de gestion pour les différentes facettes de l'action commerciale (itinérance, sédentaire, « B to B », « B to C »).

- de comprendre l'intérêt du suivi de l'action commerciale ;

- de maîtriser et pratiquer les principaux outils de gestion pour les différents types de commerciaux

Bibliographie

donnée en cours

Informations non contractuelles.
Dernière mise à jour le 18 juillet 2022

Infos pratiques

Lieux

- Chambéry (domaine universitaire de Jacob-Bellecombette - 73)

Campus

- Chambéry / campus de Jacob-Bellecombette

Informations non contractuelles.
Dernière mise à jour le 18 juillet 2022