

Executive Mastère

Gestion Commerciale et Ventés

M G C V





Executive Mastère Gestion Commerciale Ventes

- » Modalité: en ligne
- » Durée: 12 mois
- » Qualification: TECH Université Technologique
- » Intensité: 16h/semaine
- » Horaire: à votre rythme
- » Examens: en ligne
- » Dirigé aux: diplômés et professionnels ayant une expérience avérée

Accès au site web: www.techtute.com/fr/ecole-de-commerce/master/master-gestion-commerciale-ventes

Sommaire

01

Accueil

page 4

02

Pourquoi étudier à TECH?

page 6

03

Pourquoi notre programme?

page 10

04

Objectifs

page 14

05

Compétences

page 20

06

Structure et contenu

page 24

07

Méthodologie

page 34

08

Profil de nos étudiants

page 42

09

Impact sur votre carrière

page 46

10

Bénéfices pour votre entreprise

page 50

11

Diplôme

page 54

01 Accueil

Au cours de la dernière décennie, le commerce a connu des changements jamais vus auparavant. Les entreprises doivent donc intégrer de nouveaux profils capables de comprendre le commerce d'une nouvelle manière, en apportant une vision stratégique au travail commercial. Ainsi, les nouvelles technologies et les dernières avancées en matière de communication ont fourni aux organisations de nouveaux outils de contrôle et d'analyse des produits, ainsi que la modification des habitudes de consommation, les clients optant de plus en plus pour les achats en ligne. Avec ce programme en Gestion Commerciale et Ventes, les étudiants développeront les compétences nécessaires pour gérer stratégiquement l'activité commerciale de l'organisation, dans une perspective intégrale et globale qui leur permet d'utiliser les outils les plus efficaces pour chaque partie du processus.



Executive Mastère en Gestion Commerciale et Ventes.
TECH Université Technologique



“

Les entreprises ont besoin de cadres ayant un large éventail de spécialisations et, pour cette raison, à TECH, nous vous proposons des programmes sur mesure adaptés à vos intérêts”

02

Pourquoi étudier à TECH?

TECH est la plus grande École de Commerce 100% en ligne au monde. Il s'agit d'une École de Commerce d'élite, avec un modèle des plus hauts standards académiques. Un centre international de perfectionnement des compétences en gestion intensive et en haute performance.



“

TECH est une université à la pointe de la technologie, qui met toutes ses ressources à la disposition de l'étudiant pour l'aider à réussir dans son entreprise”

À TECH Université Technologique



Innovation

L'université offre un modèle d'apprentissage en ligne qui combine les dernières technologies éducatives avec la plus grande rigueur pédagogique. Une méthode unique, mondialement reconnue, qui vous procurera les clés afin d'être en mesure d'évoluer dans un monde en constante mutation, où l'innovation doit être le principale défi de tout entrepreneur.

"*Microsoft Europe Success Story*" pour avoir intégré dans nos programmes l'innovant système de multi-vidéos interactives.



Les plus hautes exigences

Les critères d'admission pour TECH ne sont pas économiques. Il ne faut pas faire un grand investissement pour étudier dans cette université. Cependant, pour obtenir un diplôme de TECH, les limites de l'intelligence et des capacités de l'étudiant seront testées. Les normes académiques de cette institution sont très élevées...

95%

des étudiants de TECH finalisent leurs études avec succès



Networking

Des professionnels de tous les pays collaborent avec TECH, ce qui vous permettra de créer un vaste réseau de contacts qui vous sera particulièrement utile pour votre avenir.

+100.000

dirigeants formés chaque année

+200

nationalités différentes



Empowerment

L'étudiant évoluera aux côtés des meilleures entreprises et des professionnels de grand prestige et de grande influence. TECH a développé des alliances stratégiques et un précieux réseau de contacts avec les principaux acteurs économiques des 7 continents.

+500

accords de collaboration avec les meilleures entreprises



Talents

Ce programme est une proposition unique visant à faire ressortir le talent de l'étudiant dans le domaine des affaires. C'est l'occasion de faire connaître leurs préoccupations et leur vision de l'entreprise.

TECH aide les étudiants à montrer leur talent au monde entier à la fin de ce programme.



Contexte Multiculturel

Les étudiants qui étudient à TECH bénéficieront d'une expérience unique. Vous étudierez dans un contexte multiculturel. Grâce à un programme à vision globale, vous découvrirez différentes manières de travailler dans différentes parties du monde. Vous serez ainsi en mesure de sélectionner ce qui convient le mieux à votre idée d'entreprise.

Nous comptons plus de 200 nationalités différentes parmi nos étudiants.

TECH recherche l'excellence et, à cette fin, elle possède une série de caractéristiques qui en font une université unique:



Analyse

TECH explore le côté critique de l'apprenant, sa capacité à remettre les choses en question, ses aptitudes à résoudre les problèmes et ses compétences interpersonnelles.



Excellence académique

TECH offre aux étudiants la meilleure méthodologie d'apprentissage en ligne. L'université combine la méthode Relearning (la méthode d'apprentissage de troisième cycle la plus reconnue au niveau international) avec l'Étude de cas. Un équilibre difficile entre tradition et avant-garde, dans le cadre d'un itinéraire académique des plus exigeants.



Économie d'échelle

TECH est la plus grande université en ligne du monde. Elle possède un portefeuille de plus de 10.000 diplômes de troisième cycle. Et dans la nouvelle économie, **volume + technologie = prix de rupture**. Ainsi, les études ne sont pas aussi coûteuses que dans une autre université.



Apprenez auprès des meilleurs

L'équipe d'enseignants de TECH explique en classe ce qui les a conduits au succès dans leurs entreprises, en travaillant dans un contexte réel, vivant et dynamique. Des enseignants qui s'engagent pleinement à offrir une spécialisation de qualité permettant aux étudiants de progresser dans leur carrière et de se distinguer dans le monde des affaires.

Des professeurs de 20 nationalités différentes.



À TECH, vous aurez accès aux études de cas les plus rigoureuses et les plus récentes du monde académique”

03

Pourquoi notre programme?

Suivre le programme TECH, c'est multiplier les possibilités de réussite professionnelle dans le domaine de la gestion supérieure des affaires.

C'est un défi qui implique des efforts et du dévouement, mais qui ouvre les portes d'un avenir prometteur. Les étudiants apprendront auprès de la meilleure équipe d'enseignants et avec la méthodologie éducative la plus flexible et la plus innovante.



“

Nous disposons d'une corps enseignant hautement qualifié et du programme didactique le plus complet du marché, ce qui nous permet de vous offrir une formation du plus haut niveau académique”

Ce programme offrira une multitude d'avantages professionnels et personnels, dont les suivants:

01

Donner un élan définitif à la carrière de l'étudiant

En étudiant à TECH, les étudiants seront en mesure de prendre en main leur avenir et de développer tout leur potentiel. À l'issue de ce programme, vous acquerez les compétences nécessaires pour apporter un changement positif à votre carrière en peu de temps.

70% des participants à cette spécialisation réalisent un changement positif dans leur carrière en moins de 2 ans.

02

Vous développerez une vision stratégique et globale de l'entreprise

TECH offre une vision approfondie de la gestion générale pour comprendre comment chaque décision affecte les différents domaines fonctionnels de l'entreprise.

Notre vision globale de l'entreprise améliorera votre vision stratégique.

03

Consolider les étudiants en gestion supérieure des affaires

Étudier à TECH, c'est ouvrir les portes d'un panorama professionnel de grande importance pour que les étudiants puissent se positionner comme des managers de haut niveau, avec une vision large de l'environnement international.

Vous travaillerez sur plus de 100 cas réels de cadres supérieurs.

04

Vous assumerez de nouvelles responsabilités

Au cours du programme, les dernières tendances, évolutions et stratégies sont présentées, afin que les étudiants puissent mener à bien leur travail professionnel dans un environnement en mutation.

À l'issue de cette formation, 45% des stagiaires sont promus en interne.

05

Vous aurez accès à un important réseau de contacts

TECH met ses étudiants en réseau afin de maximiser les opportunités. Des étudiants ayant les mêmes préoccupations et le désir de se développer. Ainsi, ils peuvent partager des partenaires, des clients ou des fournisseurs.

Vous trouverez un réseau de contact essentiel à votre développement professionnel.

06

Développer des projets d'entreprise de manière rigoureuse

Les étudiants acquerront une vision stratégique approfondie qui les aidera à élaborer leur propre projet, en tenant compte des différents domaines de l'entreprise.

20% de nos étudiants développent leur propre idée entrepreneuriale.

07

Améliorer les *soft skills* et les compétences de gestion

TECH aide les étudiants à appliquer et à développer les connaissances acquises et à améliorer leurs compétences interpersonnelles pour devenir des leaders qui font la différence.

Améliorez vos compétences en communication ainsi que dans le domaine du leadership pour booster votre carrière professionnelle.

08

Vous ferez partie d'une communauté exclusive

L'étudiant fera partie d'une communauté de managers d'élite, de grandes entreprises, d'institutions renommées et de professeurs qualifiés issus des universités les plus prestigieuses du monde: la communauté TECH Université de Technologie.

Nous vous donnons la possibilité de vous spécialiser auprès d'une équipe de professeurs de renommée internationale.

04 Objectifs

Dans le but de renforcer et de renouveler les connaissances des étudiants dans tout ce qui a trait à la vente et à la gestion des ventes, TECH a conçu ce Executive Mastère avec un plan d'étude complet et actualisé en fonction des exigences de la profession. Ainsi, ce processus académique deviendra une opportunité unique entre les mains de l'étudiant lorsqu'il s'agira de devenir un professionnel accompli qui aide les organisations à atteindre leurs objectifs commerciaux. Un professionnel recherché qui répond à ses attentes personnelles, professionnelles et salariales.



“

L'expérience internationale, l'engagement éthique et la vision des affaires sont quelques-unes des caractéristiques les plus recherchées chez les cadres de l'ère numérique"

**TECH fait sien les objectifs de ses étudiants.
Ils travaillent ensemble pour les atteindre.**

Le **Executive Mastère en Gestion Commerciale et Ventes** permettra aux étudiants de:

01

Définir les dernières tendances et évolutions en matière de gestion d'entreprise

02

Développer, diriger et exécuter des stratégies de vente plus efficaces et axées sur le client qui offrent des propositions de valeur personnalisées

03

Développer des stratégies de prise de décision dans un environnement complexe et instable, en évaluant leur impact sur l'entreprise

04

Développer des stratégies pour diriger des organisations et des équipes de vente en période de changement



05

Établir les programmes les plus appropriés pour sélectionner, former, motiver, contrôler et développer la force de vente

06

Développer la capacité à détecter, analyser et résoudre les problèmes

07

Expliquez l'entreprise d'un point de vue global, ainsi que la responsabilité et le nouveau rôle des directeurs commerciaux

08

Développer les compétences essentielles pour gérer stratégiquement l'activité commerciale de l'organisation



09

Concevoir des stratégies et des politiques novatrices pour améliorer la gestion et l'efficacité commerciale

10

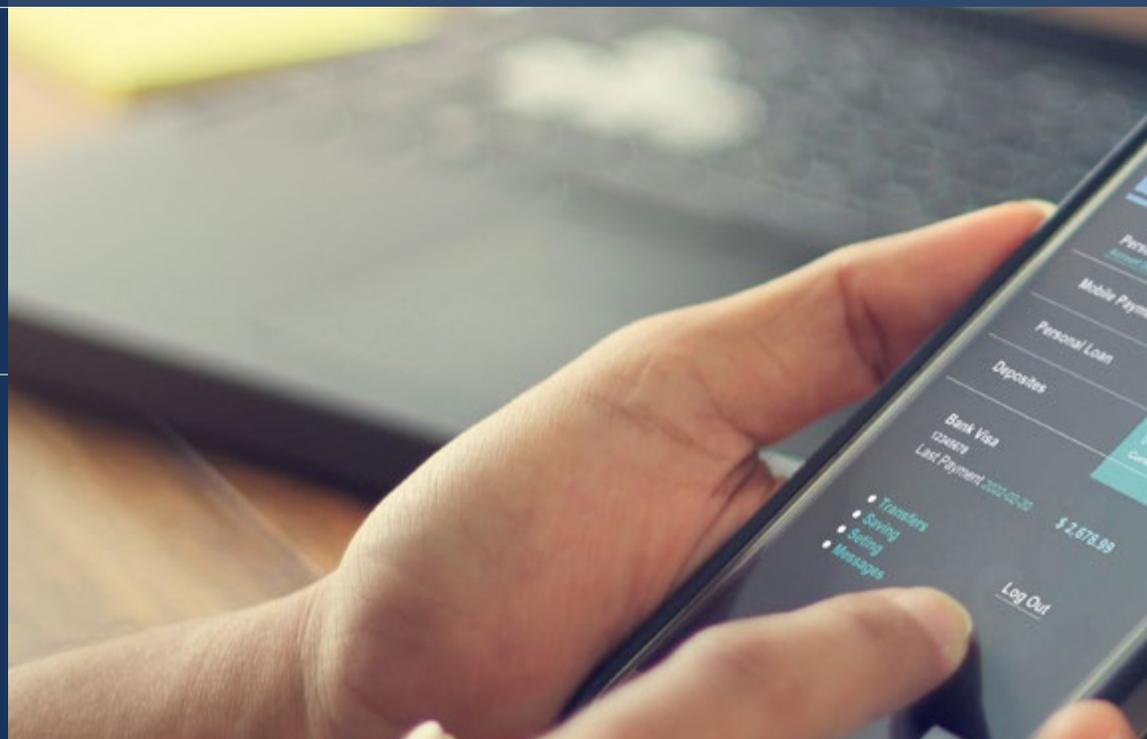
Formuler et mettre en œuvre des politiques commerciales en tant que stratégies de croissance qui adaptent l'entreprise aux changements de l'environnement national et international

11

Acquérir des compétences de leadership pour diriger avec succès des équipes de vente et de marketing

12

Connaître l'ensemble du processus de la chaîne logistique et opérationnelle de l'entreprise



13

Être capable d'organiser et de gérer des équipes de vente

14

Réaliser des stratégies internationales de vente et de marketing

15

Intégrer les différents outils numériques dans la stratégie de l'entreprise

16

Réaliser des études de marché pour comprendre la concurrence et élaborer des stratégies de différenciation.



05

Compétences

Après avoir passé les évaluations incluses dans ce Executive Mastère, les étudiants seront pleinement préparés à travailler en tant que responsables commerciaux et des ventes dans des entreprises de grand prestige international. Ils seront ainsi en mesure de proposer, de concevoir et de mettre en œuvre des plans d'action dotés d'un sens stratégique marqué, fondés sur les intérêts du public cible et dotés d'une orientation tacite vers les résultats.



“

Vous serez en mesure de devenir un directeur des ventes et du marketing performant, en portant vos perspectives personnelles et professionnelles à un autre niveau. Ne laissez pas cette opportunité vous échapper”

01

Appliquer des compétences spécifiques de leadership en matière de vente et de gestion commerciale

02

Gestion d'équipes multiculturelles

03

Analyser la rentabilité des projets d'investissement et la création de valeur

04

Analyser l'impact financier des décisions de gestion

05

Appliquer des méthodes et techniques de recherche quantitative et qualitative



06

Avoir une connaissance approfondie des techniques de marketing

08

Contrôler l'activité commerciale de l'entreprise



09

Réaliser des audits commerciaux

07

Réaliser une organisation commerciale et une stratégie de vente correctes

10

Appliquer les techniques de coaching dans les actions de vente

06

Structure et contenu

Le monde du travail exige des professionnels une formation continue, efficace et adaptée aux normes actuelles. Chez TECH, nous savons que, pour rendre cela possible, l'enseignement en ligne est le seul véhicule au service de l'étudiant pour rendre sa formation compatible avec son travail. C'est pourquoi nous mettons un plan d'étude 100% en ligne entre les mains de l'étudiant afin qu'il puisse choisir le temps et le lieu qu'il consacre à l'étude. Tout cela est condensé dans un programme qui se déroule sur 12 mois et se veut une expérience unique et stimulante qui jette les bases de la réussite professionnelle de l'étudiant en tant que responsable des ventes et du marketing.



“

*Développer les compétences
nécessaires pour mener à bien votre
travail quotidien et progresser dans
votre profession en peu de temps"*

Programme d'études

Le Executive Mastère en Gestion Commerciale et de Ventes de TECH Université Technologique est un programme intense qui vous prépare à relever des défis et à prendre des décisions commerciales au niveau national et international. Son contenu est conçu dans le but de favoriser le développement de compétences managériales permettant une prise de décision plus pertinente dans des environnements incertains.

Au cours du programme, les étudiants apprendront de première main les directives qui guident la gestion logistique et économique d'une entreprise, des aspects essentiels lorsqu'il s'agit de gérer la zone commerciale. Ils apprendront également à réaliser des études de marché approfondies afin de comprendre le comportement réel de l'environnement dans lequel le produit va être commercialisé et, par conséquent, les stratégies les plus appropriées dans chaque cas.

De même, les aspects généraux de la gestion d'entreprise tels que le leadership, la gestion économique ou numérique de l'organisation seront également étudiés. De cette manière, le futur manager disposera d'une série de compétences transversales qui feront de lui un professionnel accompli à un niveau intégral.

Pour toutes ces raisons, ce Executive Mastère est sans aucun doute une opportunité unique pour les étudiants car il leur permet de développer un avenir professionnel prometteur avec des perspectives salariales élevées grâce à un programme académique qui comprend leurs besoins et ceux du marché et y répond par une méthodologie éprouvée et efficace.

Ce programme est développé sur une période de 12 mois et est divisé en 11 grandes modules:

Module 1	Management et leadership
Module 2	Logistique et gestion économique
Module 3	Gestion Commerciale
Module 4	Investigation du marché
Module 5	Planification des campagnes de vente
Module 6	Organisation des ventes et équipe de vente
Module 7	Sélection, formation et coaching du réseau de vente
Module 8	Processus d'activité de vente
Module 9	Gestion de la relation client
Module 10	Intégration des canaux numériques dans la stratégie commerciale
Module 11	Commerce international et marketing



Où, quand et comment se déroule la formation?

TECH offre la possibilité de développer ce Executive Mastère en Gestion Commerciale et Ventes entièrement en ligne. Pendant les 6 semaines de spécialisation, l'étudiant pourra accéder à tout moment à l'ensemble des contenus de ce programme, ce qui vous permettra de gérer vous-même votre temps d'étude.

*Une expérience
éducative unique, clé et
décisive pour stimuler
votre développement
professionnel.*

Module 1. Management et leadership

1.1. General management

- 1.1.1. Intégration des stratégies fonctionnelles dans les stratégies commerciales mondiales
- 1.1.2. Politique et processus de gestion
- 1.1.3. Société entreprise

1.2. Direction stratégique

- 1.2.1. Établir la position stratégique: mission, vision et valeurs
- 1.2.2. Développement de nouvelles affaires
- 1.2.3. Croissance et consolidation de l'entreprise

1.3. Stratégie super compétitive des diplômés

- 1.3.1. Analyse du marché
- 1.3.2. Avantage concurrentiel durable
- 1.3.3. Retour sur investissement

1.4. Stratégie d'entreprise

- 1.4.1. Driving corporate strategy
- 1.4.2. Pacing corporate strategy
- 1.4.3. Framing corporate strategy

1.5. Planification et stratégie

- 1.5.1. Pertinence de l'orientation stratégique dans le processus de contrôle de gestion
- 1.5.2. Analyse de l'environnement et de l'organisation
- 1.5.3. Lean Management.

1.6. Gestion des talents

- 1.6.1. Gestion du Capital Humain
- 1.6.2. Environnement, stratégie et mesures
- 1.6.3. L'innovation dans la gestion des personnes

1.7. Développement de la gestion et le leadership

- 1.7.1. Leadership et styles de leadership
- 1.7.2. Motivation
- 1.7.3. Intelligence émotionnelle
- 1.7.4. Capacités et compétences du dirigeant 2.0
- 1.7.5. Réunions efficaces.

1.8. Gestion du changement

- 1.8.1. Analyse des performances
- 1.8.2. Faire face au changement. Résistance au changement
- 1.8.3. Gestion des processus de changement
- 1.8.4. Gestion d'équipes multiculturelles

Module 2. Logistique et gestion économique

2.1. Diagnostic financier

- 2.1.1. Indicateurs pour l'analyse des états financiers
- 2.1.2. Analyse de la rentabilité
- 2.1.3. La rentabilité économique et financière d'une entreprise

2.2. Analyse économique des décisions

- 2.2.1. Le contrôle budgétaire.
- 2.2.2. Analyse de la concurrence. Analyse comparative.
- 2.2.3. La prise de décision. Investissement ou désinvestissement des entreprises

2.3. Évaluation de l'investissement et portfolio management

- 2.3.1. Rentabilité des projets d'investissement et la création de valeur
- 2.3.2. Modèles pour l'évaluation des projets d'investissement
- 2.3.3. Analyse de sensibilité, élaboration de scénarios et arbres de décision

2.4. Gestion de la logistique des achats

- 2.4.1. Gestion des stocks
- 2.4.2. Gestion des entrepôts
- 2.4.3. Gestion des achats et des marchés publics

2.5. Supply chain management

- 2.5.1. Coûts et efficacité de la chaîne d'opérations
- 2.5.2. Changement de la structure de la demande
- 2.5.3. Changement de la stratégie d'exploitation

2.6. Processus logistiques

- 2.6.1. Organisation et gestion par les processus
- 2.6.2. Approvisionnement, production, distribution
- 2.6.3. Qualité, coûts et outils de la qualité
- 2.6.4. Service après-vente.

2.7. La logistique et les clients

- 2.7.1. Analyse et prévision de la demande
- 2.7.2. Prévision et planification des ventes
- 2.7.3. Collaborative planning, forecasting and replacement

2.8. La logistique internationale

- 2.8.1. Douanes, processus d'exportation et d'importation
- 2.8.2. Formes et moyens de paiement internationaux
- 2.8.3. Plateformes logistiques internationales

Module 3. Gestion Commerciale**3.1. Négociation commerciale**

- 3.1.1. L'intelligence émotionnelle dans la négociation et la vente
- 3.1.2. Motivation personnelle et empathie
- 3.1.3. Développement des capacités de négociation

3.2. Principes fondamentaux de la gestion des entreprises

- 3.2.1. Analyse interne et externe. SWOT
- 3.2.2. Analyse sectorielle et concurrentielle
- 3.2.3. Modèle CANVAS

3.3. La prise de décision dans la gestion commerciale

- 3.3.1. Stratégie commerciale et stratégie concurrentielle
- 3.3.2. Modèles de prise de décision
- 3.3.3. Outils décisionnels et analytiques

3.4. Direction et gestion du réseau de vente

- 3.4.1. Planification des campagnes de vente
- 3.4.2. Des réseaux au service de l'activité commerciale
- 3.4.3. Politiques de sélection et de formation des vendeurs
- 3.4.4. Sales Management.

3.5. Mise en œuvre de la fonction commerciale

- 3.5.1. Contrat commercial
- 3.5.2. Contrôle de l'activité commerciale
- 3.5.3. Le code de déontologie de l'agent commercial

3.6. Gestion financière et budgétaire

- 3.6.1. Tableau de Bord Prospectif (Balanced Scoreboard BSC)
- 3.6.2. Contrôle du plan de vente annuel
- 3.6.3. Impact financier des décisions stratégiques

Module 4. Investigation du marché**4.1. Nouvel environnement concurrentiel**

- 4.1.1. Innovation technologique et impact économique
- 4.1.2. Société de la connaissance
- 4.1.3. Le nouveau profil du consommateur

4.2. Méthodes et techniques de recherche quantitative

- 4.2.1. Variables et échelles de mesure
- 4.2.2. Sources d'information
- 4.2.3. Techniques d'échantillonnage
- 4.2.4. Traitement et analyse des données

4.3. Méthodes et techniques de recherche qualitative

- 4.3.1. Techniques indirectes focus group
- 4.3.2. Techniques anthropologiques
- 4.3.3. Techniques indirectes
- 4.3.4. Two face mirror et méthode Delphi

4.4. Investigation du marché en ligne

- 4.4.1. Outils de recherche quantitative sur les marchés en ligne
- 4.4.2. Outils dynamiques d'étude qualitative de la clientèle
- 4.4.3. Analyse et interprétation des données obtenues

4.5. Segmentation du marché

- 4.5.1. Types de marché
- 4.5.2. Concept et analyse de la demande
- 4.5.3. Segmentation et critères
- 4.5.4. Définition du public cible

4.6. Types de comportement d'achat

- 4.6.1. Comportement complexe.
- 4.6.2. Comportement de réduction de la dissonance
- 4.6.3. Comportement de recherche variée
- 4.6.4. Le comportement habituel d'achat

4.7. Les Systèmes d'information dans la Gestion Commerciale

- 4.7.1. Approches conceptuelles des systèmes d'information de gestion des entreprises
- 4.7.2. Data Warehouse and Data Mining
- 4.7.3. Systèmes d'information géographique

4.8. Gestion de projets de recherche

- 4.8.1. Outils d'analyse de l'information
- 4.8.2. Élaboration d'un plan de gestion des attentes
- 4.8.3. Évaluation de la faisabilité du projet

4.9. Marketing intelligence appliquée à la gestion commerciale

- 4.9.1. Big Data
- 4.9.2. Expérience de l'utilisateur
- 4.9.3. Application des techniques

4.10. Agences, médias et canaux en ligne

- 4.10.1. Agences intégrées, créatives et en ligne
- 4.10.2. Médias traditionnels et nouveaux
- 4.10.3. Canaux en ligne
- 4.10.4. Autres players digitales

Module 5. Planification des campagnes de vente

5.1. Analyse du portefeuille clients

- 5.1.1. Planification des clients
- 5.1.2. Classification des clients

5.2. Segmentation commerciale

- 5.2.1. Analyse des canaux de distribution, des zones de vente et des produits
- 5.2.2. Préparation des zones commerciales
- 5.2.3. Mise en œuvre du plan de visite

5.3. Sélection des clients cibles (CRM)

- 5.3.1. Conception d'un e-CRM
- 5.3.2. Implications et limites de la LOPD
- 5.3.3. Orientation vers le consommateur
- 5.3.4. Planification 1 to 1

5.4. Gestion des comptes clés

- 5.4.1. Identification des comptes clés
- 5.4.2. Bénéfices et Risques du Key Account Manager
- 5.4.3. Ventes & key account management
- 5.4.4. Phases de l'action stratégique de la KAM

5.5. Prévisions de ventes

- 5.5.1. Prévisions commerciales et prévisions de ventes
- 5.5.2. Méthodes de prévision des ventes
- 5.5.3. Applications pratiques de la prévision des ventes

5.6. Fixer des objectifs de vente

- 5.6.1. Cohérence des objectifs d'entreprise, commerciaux et de vente
- 5.6.2. Programmation des objectifs et des budgets détaillés
- 5.6.3. Répartition des objectifs par unités d'activité commerciale
- 5.6.4. Objectifs de vente et de participation

5.7. Les quotas de vente et leur fixation

- 5.7.1. Les quotas d'activité
- 5.7.2. Quotas de volume et de rentabilité
- 5.7.3. Frais de participation
- 5.7.4. Frais économiques et financiers
- 5.7.5. Saisonnalité et échelonnage

5.8. Plan d'urgence

- 5.8.1. Systèmes d'information et de contrôle des ventes
- 5.8.2. Tableaux de bord
- 5.8.3. Mesures correctives et plans d'urgence

Module 6. Organisation des ventes et équipe de vente

6.1. Organisation commerciale

- 6.1.1. Introduction à l'organisation commerciale
- 6.1.2. Les structures commerciales les plus typiques
- 6.1.3. Organisation des délégations
- 6.1.4. Développement de modèles d'organisation commerciale

6.2. Organisation du réseau de vente

- 6.2.1. Organigramme du département
- 6.2.2. Design du réseau de vente
- 6.2.3. La réalité multicanale

6.3. Analyse du marché interne

- 6.3.1. Définition de la Chaîne de Services
- 6.3.2. Analyse de la Qualité de Service
- 6.3.3. Benchmarking de produit
- 6.3.4. Facteurs clés de réussite commerciale

6.4. Stratégie de vente

- 6.4.1. Méthodes de vente
- 6.4.2. Stratégies de recrutement
- 6.4.3. Stratégies de service

6.5. Go-to-market strategy

- 6.5.1. Channel management
- 6.5.2. Avantage concurrentiel.
- 6.5.3. Force de vente

6.6. Contrôle de l'activité commerciale

- 6.6.1. Principaux ratios et méthodes de contrôle
- 6.6.2. Outils de surveillance
- 6.6.3. Méthodologie du scorecard

6.7. Organisation du service après-vente

- 6.7.1. Actions après-vente.
- 6.7.2. Les relations avec les clients
- 6.7.3. Autoanalyse et amélioration

6.8. Audit commercial

- 6.8.1. Lignes d'intervention possibles
- 6.8.2. Audit commercial express
- 6.8.3. Évaluation stratégique de l'équipe
- 6.8.4. Évaluation de la politique de marketing

Module 7. Sélection, formation et coaching du réseau de vente**7.1. Gestion du capital humain**

- 7.1.1. Le capital intellectuel. L'actif immatériel de la connaissance
- 7.1.2. Talent acquisition
- 7.1.3. Prévenir la perte de ressources humaines

7.2. Gestion de l'équipe de vente

- 7.2.1. Actions de recrutement
- 7.2.2. Profils des vendeurs
- 7.2.3. Interview
- 7.2.4. Plan de bienvenue

7.3. Formation des vendeurs de haut niveau

- 7.3.1. Plan de formation
- 7.3.2. Caractéristiques et activités du vendeur
- 7.3.3. Formation et gestion d'équipes performantes

7.4. Gestion de la formation

- 7.4.1. Théories de l'apprentissage
- 7.4.2. Détection et rétention des talents
- 7.4.3. Gamification et Gestion des Talents
- 7.4.4. Formation et obsolescence professionnelle

7.5. Coaching personnel et intelligence émotionnelle

- 7.5.1. Intelligence émotionnelle appliquée aux techniques de vente
- 7.5.2. Affirmation, empathie et écoute active
- 7.5.3. Estime de soi et langage émotionnel
- 7.5.4. Intelligences multiples

7.6. Motivation

- 7.6.1. La nature de la motivation
- 7.6.2. La théorie de l'espérance
- 7.6.3. Théories des besoins
- 7.6.4. Motivation et compensation économique

7.7. Rémunération des réseaux de vente

- 7.7.1. Systèmes de rémunération
- 7.7.2. Systèmes d'incitation et de rémunération
- 7.7.3. Répartition des éléments de salaire

7.8. Compensation et avantages non économiques

- 7.8.1. Programmes de qualité de vie au travail
- 7.8.2. Élargissement et enrichissement de l'emploi
- 7.8.3. Horaires de travail flexibles et partage des tâches

Module 8. Processus d'activité de vente**8.1. Développement du processus de vente**

- 8.1.1. Méthodologie dans le processus de vente
- 8.1.2. Attirer l'attention et l'argumentation
- 8.1.3. Objections et démonstration

8.2. Préparation de la visite commerciale

- 8.2.1. Étude du dossier client
- 8.2.2. Fixer des objectifs de vente pour le client
- 8.2.3. Préparation de l'entretien

8.3. Préparation de la visite commerciale

- 8.3.1. Présentation au client
- 8.3.2. Détermination des besoins
- 8.3.3. Argumentation.

8.4. Psychologie et techniques de vente

- 8.4.1. Notions de psychologie appliquées à la vente
- 8.4.2. Techniques pour améliorer la communication verbale et non verbale
- 8.4.3. Facteurs influençant le comportement des consommateurs

8.5. Négocier et conclure la vente

- 8.5.1. Les phases de la négociation
- 8.5.2. Les tactiques de négociation
- 8.5.3. Fermeture et engagement du client
- 8.5.4. Analyse de la visite commerciale

8.6. Le processus de fidélisation

- 8.6.1. Connaissance exhaustive du client
- 8.6.2. Le processus commercial à réaliser avec le client
- 8.6.3. La valeur du client pour l'entreprise

Module 9. Gestion de la relation client

9.1. Connaître le marché et le consommateur

- 9.1.1. Open innovation
- 9.1.2. Intelligence concurrentielle.
- 9.1.3. Share economy

9.2. CRM et marketing relationnel

- 9.2.1. Philosophie d'entreprise ou orientation stratégique
- 9.2.2. Identification et différenciation des clients
- 9.2.3. L'entreprise et ses Skateholders
- 9.2.4. Clienting

9.3. Database Marketing et Customer Relationship Management

- 9.3.1. Applications du Database marketing
- 9.3.2. Lois et règlements
- 9.3.3. Sources, stockage et traitement de l'information.

9.4. Psychologie et comportement du consommateur

- 9.4.1. L'étude du comportement du consommateur
- 9.4.2. Facteurs de consommation internes et externes
- 9.4.3. Processus de décision du consommateur
- 9.4.4. Consommation, société, marketing et éthique

9.5. Domaines du CRM management

- 9.5.1. Customer Service.
- 9.5.2. Gestion de la force de vente
- 9.5.3. Service à la clientèle

9.6. Marketing consumer centric

- 9.6.1. Segmentation
- 9.6.2. Analyse de la rentabilité
- 9.6.3. Stratégies de fidélisation de la clientèle

9.7. Techniques du CRM management

- 9.7.1. Marketing direct
- 9.7.2. Intégration multicanal
- 9.7.3. Marketing viral

9.8. Avantages et dangers de la mise en œuvre de CRM

- 9.8.1. CRM, ventes et coûts
- 9.8.2. Satisfaction et fidélité des clients
- 9.8.3. Mise en place technologique
- 9.8.4. Erreurs de stratégie et de gestion

Module 10. Intégration des canaux numériques dans la stratégie commerciale

10.1. Digital e-commerce management

- 10.1.1. Nouveaux modèles commerciaux du e-commerce
- 10.1.2. Planification et développement d'un plan stratégique de commerce électronique
- 10.1.3. Structure technologique du e-commerce

10.2. Mise en œuvre des techniques du eCommerce

- 10.2.1. Médias sociaux et intégration dans le plan de commerce électronique
- 10.2.2. Stratégie multichannel
- 10.2.3. Personnalisation des Dashboards

10.3. Digital pricing

- 10.3.1. Méthodes et passerelles de paiement en ligne
- 10.3.2. Promotions électroniques.
- 10.3.3. Temporisations numériques des prix
- 10.3.4. *e-auctions*

10.4. Du e-commerce au m-commerce et s-commerce

- 10.4.1. Modèles commerciaux des e-marketplaces
- 10.4.2. *S-Commerce et l'expérience des marques*
- 10.4.3. Achats via des appareils mobiles

10.5. *Customer intelligence: du e-CRM au s-CRM*

- 10.5.1. Intégration du consommateur dans la chaîne de valeur
- 10.5.2. Techniques de recherche et de fidélisation en ligne
- 10.5.3. Planification d'une stratégie de gestion de la relation client

10.6. Gestion des communautés virtuelles: community management

- 10.6.1. Changements dans les paradigmes de communication
- 10.6.2. Business intelligence et consommateur 2.0
- 10.6.3. Gestion des réseaux et des communautés
- 10.6.4. Gestion du contenu des Réseaux Sociaux
- 10.6.5. Suivi, analyse et résultats du Social Média

10.7. Social media plan

- 10.7.1. Design d'un plan de médias sociaux
- 10.7.2. Définition de la stratégie à suivre dans chaque média
- 10.7.3. Protocole d'urgence en cas de crise

10.8. Web analytics y social media intelligence

- 10.8.1. Établissement d'objectifs et KPIs
- 10.8.2. Le ROI dans le marketing numérique
- 10.8.3. Visualisation et interprétation des Dashboard

Module 11. Commerce international et marketing**11.1. L'investigation des marchés internationaux**

- 11.1.1. Emerging Markets Marketing
- 11.1.2. Analyse PEST
- 11.1.3. Quoi, comment et où exporter?
- 11.1.4. Stratégies internationales de marketing mix

11.2. Segmentation internationale

- 11.2.1. Critères segmentation du marché international
- 11.2.2. Niches de marché
- 11.2.3. Stratégies de segmentation internationale

11.3. Positionnement international

- 11.3.1. Branding sur les marchés internationaux
- 11.3.2. Stratégies de positionnement sur les marchés internationaux
- 11.3.3. Marques mondiales, régionales et locales

11.4. Stratégies de produits sur les marchés internationaux

- 11.4.1. Modification, adaptation et la diversification des produits
- 11.4.2. Produits standardisés au niveau mondial
- 11.4.3. Le portefeuille de produits

11.5. Prix et exportation

- 11.5.1. Calcul des prix à l'exportation
- 11.5.2. Incoterms
- 11.5.3. Stratégie de tarification internationale

11.6. La qualité dans le commerce international

- 11.6.1. La qualité et le commerce international
- 11.6.2. Normes et Certifications
- 11.6.3. Marquage CE

11.7. Promotion au niveau international

- 11.7.1. La promotion internationale MIX
- 11.7.2. Advertising et publicité
- 11.7.3. Les foires internationales
- 11.7.4. Marque Pays

11.8. Distribution par les canaux internationaux

- 11.8.1. Channel and Trade Marketing
- 11.8.2. Consortiums d'exportation
- 11.8.3. Types d'exportation et de commerce extérieur



Une expérience unique, clé et déterminante, pour booster votre évolution professionnelle et franchir le pas définitif

07

Méthodologie

Ce programme de formation offre une manière différente d'apprendre. Notre méthodologie est développée à travers un mode d'apprentissage cyclique: ***le Relearning***.

Ce système d'enseignement est utilisé, par exemple, dans les écoles de médecine les plus prestigieuses du monde et a été considéré comme l'un des plus efficaces par des publications de premier plan telles que le ***New England Journal of Medicine***.





“

Découvrez le Relearning, un système qui laisse de côté l'apprentissage linéaire conventionnel au profit des systèmes d'enseignement cycliques: une façon d'apprendre qui a prouvé son énorme efficacité, notamment dans les matières dont la mémorisation est essentielle”

TECH Business School utilise l'Étude de Cas pour contextualiser tout le contenu.

Notre programme offre une méthode révolutionnaire de développement des compétences et des connaissances. Notre objectif est de renforcer les compétences dans un contexte changeant, compétitif et hautement exigeant.

“

Avec TECH, vous pouvez expérimenter une manière d'apprendre qui ébranle les fondations des universités traditionnelles du monde entier”



Notre programme vous prépare à relever les défis commerciaux dans des environnements incertains et à faire réussir votre entreprise.



Notre programme vous prépare à relever de nouveaux défis dans des environnements incertains et à réussir votre carrière.

Une méthode d'apprentissage innovante et différente

Ce programme TECH est un parcours de formation intensif, créé de toutes pièces pour offrir aux managers des défis et des décisions commerciales au plus haut niveau, tant au niveau national qu'international. Grâce à cette méthodologie, l'épanouissement personnel et professionnel est stimulé, faisant ainsi un pas décisif vers la réussite. La méthode des cas, technique qui constitue la base de ce contenu, permet de suivre la réalité économique, sociale et commerciale la plus actuelle.



Vous apprendrez, par le biais d'activités collaboratives et de cas réels, la résolution de situations complexes dans des environnements professionnels réels"

La méthode des cas est le système d'apprentissage le plus utilisé dans les meilleures écoles de commerce du monde depuis qu'elles existent. Développée en 1912 pour que les étudiants en Droit n'apprennent pas seulement le droit sur la base d'un contenu théorique, la méthode des cas consiste à leur présenter des situations réelles complexes afin qu'ils prennent des décisions éclairées et des jugements de valeur sur la manière de les résoudre. En 1924, elle a été établie comme méthode d'enseignement standard à Harvard.

Dans une situation donnée, que doit faire un professionnel? C'est la question à laquelle nous sommes confrontés dans la méthode des cas, une méthode d'apprentissage orientée vers l'action. Tout au long du programme, les étudiants seront confrontés à de multiples cas réels. Ils devront intégrer toutes leurs connaissances, faire des recherches, argumenter et défendre leurs idées et leurs décisions.

Relearning Methodology

TECH combine efficacement la méthodologie des Études de Cas avec un système d'apprentissage 100% en ligne basé sur la répétition, qui associe différents éléments didactiques dans chaque leçon.

Nous enrichissons l'Étude de Cas avec la meilleure méthode d'enseignement 100% en ligne: le Relearning.

Notre système en ligne vous permettra d'organiser votre temps et votre rythme d'apprentissage, en l'adaptant à votre emploi du temps. Vous pourrez accéder aux contenus depuis n'importe quel appareil fixe ou mobile doté d'une connexion Internet.

À TECH, vous apprendrez avec une méthodologie de pointe conçue pour former les managers du futur. Cette méthode, à la pointe de la pédagogie mondiale, est appelée Relearning.

Notre école de commerce est la seule école autorisée à employer cette méthode fructueuse. En 2019, nous avons réussi à améliorer les niveaux de satisfaction globale de nos étudiants (qualité de l'enseignement, qualité des supports, structure des cours, objectifs...) par rapport aux indicateurs de la meilleure université en ligne.





Dans notre programme, l'apprentissage n'est pas un processus linéaire, mais se déroule en spirale (apprendre, désapprendre, oublier et réapprendre). C'est pourquoi nous combinons chacun de ces éléments de manière concentrique. Cette méthodologie a permis de former plus de 650.000 diplômés universitaires avec un succès sans précédent dans des domaines aussi divers que la biochimie, la génétique, la chirurgie, le droit international, les compétences en gestion, les sciences du sport, la philosophie, le droit, l'ingénierie, le journalisme, l'histoire, les marchés financiers et les instruments. Tout cela dans un environnement très exigeant, avec un corps étudiant universitaire au profil socio-économique élevé et dont l'âge moyen est de 43,5 ans.

Le Relearning vous permettra d'apprendre avec moins d'efforts et plus de performance, en vous impliquant davantage dans votre spécialisation, en développant un esprit critique, en défendant des arguments et en contrastant les opinions: une équation directe vers le succès.

D'après les dernières preuves scientifiques dans le domaine des neurosciences, non seulement nous savons comment organiser les informations, les idées, les images et les souvenirs, mais nous savons aussi que le lieu et le contexte dans lesquels nous avons appris quelque chose sont fondamentaux pour notre capacité à nous en souvenir et à le stocker dans l'hippocampe, pour le conserver dans notre mémoire à long terme.

De cette manière, et dans ce que l'on appelle Neurocognitive context-dependent e-learning, les différents éléments de notre programme sont reliés au contexte dans lequel le participant développe sa pratique professionnelle.

Ce programme offre le support matériel pédagogique, soigneusement préparé pour les professionnels:



Support d'étude

Tous les contenus didactiques sont créés par les spécialistes qui enseigneront le cours, spécifiquement pour le cours, afin que le développement didactique soit vraiment spécifique et concret.

Ces contenus sont ensuite appliqués au format audiovisuel, pour créer la méthode de travail TECH en ligne. Tout cela, avec les dernières techniques qui offrent des pièces de haute qualité dans chacun des matériaux qui sont mis à la disposition de l'étudiant.



Cours magistraux

Il existe de nombreux faits scientifiques prouvant l'utilité de l'observation par un tiers expert.

La méthode "Learning from an Expert" permet au professionnel de renforcer ses connaissances ainsi que sa mémoire, puis lui permet d'avoir davantage confiance en lui concernant la prise de décisions difficiles.



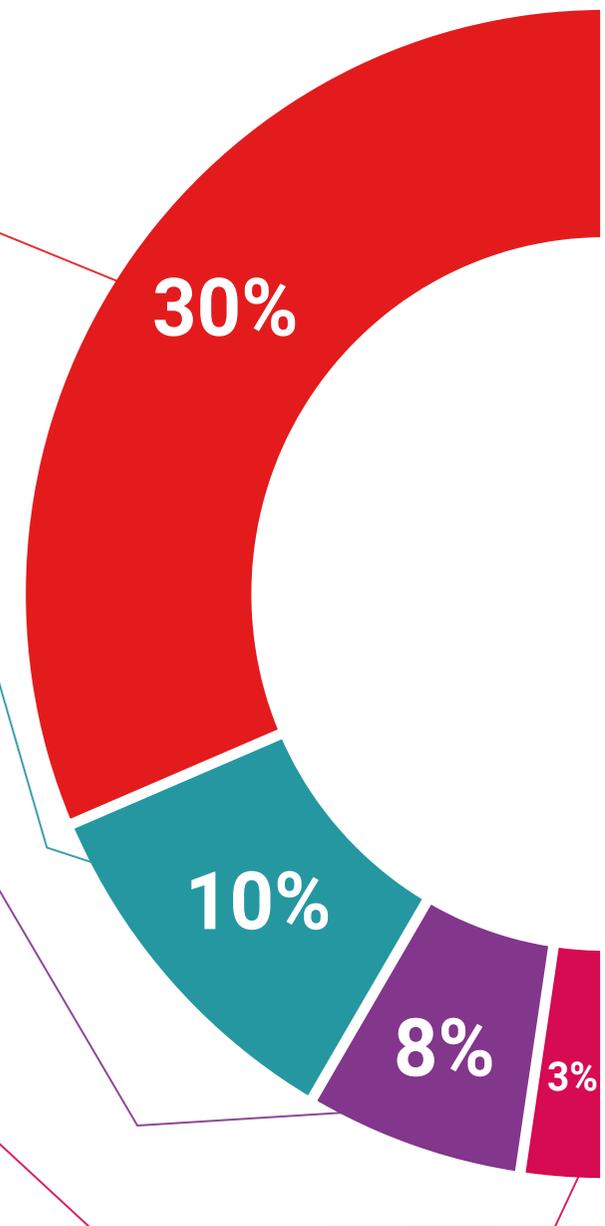
Stages en compétences de gestion

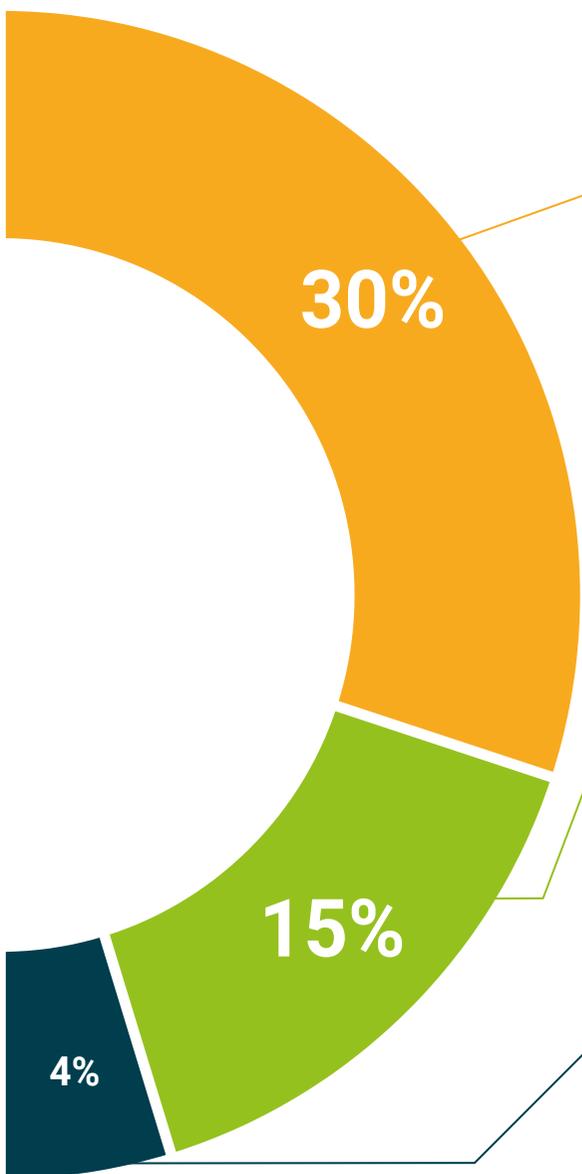
Ceux-ci mèneront des activités visant à développer des compétences de gestion spécifiques dans chaque domaine thématique. Pratiques et dynamiques pour acquérir et développer les compétences et les capacités dont un cadre supérieur a besoin dans le contexte de la mondialisation dans lequel nous vivons.



Lectures complémentaires

Articles récents, documents de consensus et directives internationales, entre autres. Dans la bibliothèque virtuelle de TECH, l'étudiant aura accès à tout ce dont il a besoin pour compléter sa formation.





Case studies

Ils réaliseront une sélection des meilleures études de cas choisies spécifiquement pour ce diplôme. Des cas présentés, analysés et tutorés par les meilleurs spécialistes de la direction d'entreprise sur la scène internationale.



Résumés interactifs

L'équipe TECH présente les contenus de manière attrayante et dynamique dans des pilules multimédia comprenant des audios, des vidéos, des images, des diagrammes et des cartes conceptuelles afin de renforcer les connaissances. Ce système éducatif unique pour la présentation de contenu multimédia a été récompensé par Microsoft en tant que "European Success Story".



Testing & Retesting

Les connaissances de l'étudiant sont évaluées et réévaluées périodiquement tout au long du programme, par des activités et des exercices d'évaluation et d'auto-évaluation, afin que l'étudiant puisse vérifier comment il atteint ses objectifs.



08

Profil de nos étudiants

Le Executive Mastère en Gestion Commerciale et Ventes est un programme destiné aux professionnels qui souhaitent actualiser leurs connaissances, découvrir de nouvelles méthodes de vente, comprendre le marché, développer des techniques pour fidéliser les clients et gérer des équipes de vente, ainsi que progresser dans leur carrière professionnelle. La diversité des participants aux différents profils académiques et aux multiples nationalités, constitue l'approche multidisciplinaire de ce programme.



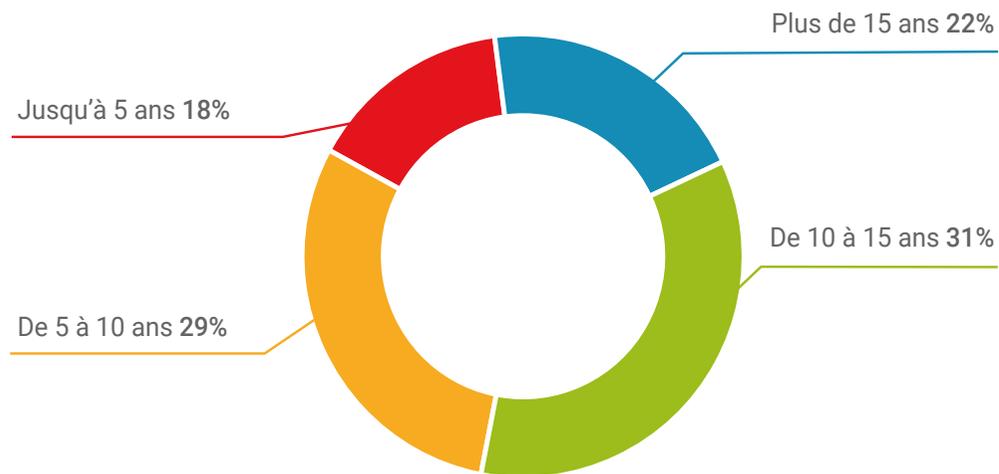


“Multiplier vos chances de réussite professionnelle et personnelle est notre objectif. Nous utilisons le meilleur programme de formation du marché pour y parvenir”

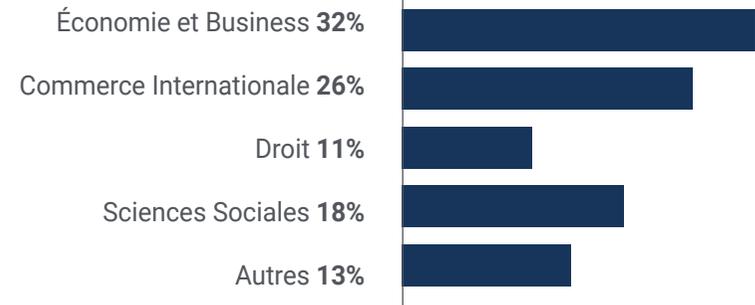
Moyenne d'âge

Entre **35** et **45** ans

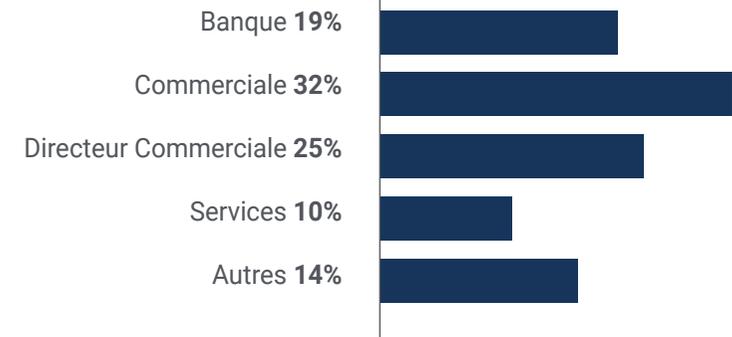
Années d'expérience



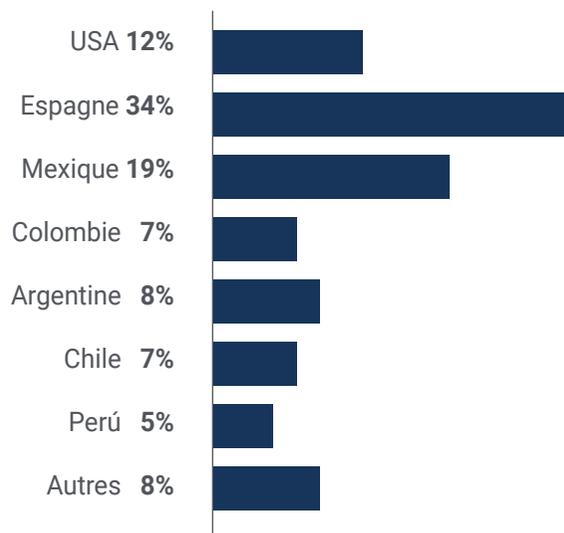
Formation



Profil académique



Distribution géographique



Sonia Ortiz

Directrice Commerciale

"La réalisation de ce Executive Mastère m'a permis de connaître les principales évolutions de la vente et de la gestion des ventes, secteur dans lequel je travaille professionnellement depuis plus de 10 ans. Je remercie TECH pour la possibilité qu'elle m'a offerte, avec ce Executive Mastère 100% en ligne, sans cela, je n'aurais pas pu poursuivre mes études"

09

Impact sur votre carrière

L'équipes professionnelles de TECH est conscients qu'entreprendre un programme de cette nature représente un investissement financier, professionnel et, bien sûr, personnel important. L'objectif ultime de cet effort important doit être de parvenir à une croissance professionnelle.

À cette fin, une série d'outils de haut niveau sont mis à la disposition des étudiants afin qu'ils puissent acquérir la formation qu'ils souhaitent et méritent tant.



“

*Un programme de haut niveau à un prix imbattable.
C'est l'objectif de TECH, et c'est pourquoi de plus en plus d'étudiants nous choisissent"*

Êtes-vous prêt à faire le grand saut? Vous allez booster votre carrière professionnelle.

Le Executive Mastère en Gestion Commerciale et Ventes de TECH, est un programme intensif qui vous prépare à relever des défis et à prendre des décisions dans le domaine commercial. Son principal objectif est de favoriser votre épanouissement personnel et professionnel. Vous aider à atteindre la réussite.

Ce programme TECH intègre les principales innovations du secteur afin que vous puissiez acquérir la spécialisation dont vous avez besoin en peu de temps.

Étudiez avec un plan académique qui vous permet d'atteindre le poste que vous souhaitez et d'améliorer vos perspectives salariales.

Le moment du changement



Type de changement



Amélioration du salaire

La mise en œuvre de ce programme signifie pour nos étudiants une augmentation de salaire de plus de **25,22%**



10

Bénéfices pour votre entreprise

Le Executive Mastère en Gestion Commerciale et Ventes contribue à élever le talent de l'organisation à son potentiel maximal grâce à la spécialisation de leaders de haut niveau. Par conséquent, la participation à ce programme académique vous permettra de vous améliorer non seulement sur le plan personnel, mais surtout sur le plan professionnel, en augmentant votre formation du étudiant et en améliorant vos compétences en matière de gestion. De plus, rejoindre la communauté éducative TECH est une occasion unique d'accéder à un puissant réseau de contacts dans lequel vous pourrez trouver de futurs partenaires professionnels, clients ou fournisseurs.





“

Acquérir les connaissances dont vous avez besoin pour apporter une nouvelle vision du marché à votre entreprise afin de vous aider à vendre plus et mieux”

Développer et retenir les talents dans les entreprises est le meilleur investissement à long terme.

01

Accroître les talents et le capital intellectuel

Le futur diplômé apportera à l'entreprise de nouveaux concepts, stratégies et perspectives susceptibles d'entraîner des changements importants dans l'organisation.

02

Conserver les cadres à haut potentiel et éviter la fuite des talents

Ce programme renforce le lien entre l'entreprise et le manager et ouvre de nouvelles perspectives d'évolution professionnelle au sein de l'entreprise.

03

Former des agents du changement

Le manager sera capable de prendre des décisions en période d'incertitude et de crise, aidant ainsi l'organisation à surmonter les obstacles.

04

Des possibilités accrues d'expansion internationale

Grâce à ce programme, l'entreprise entrera en contact avec les principaux marchés de l'économie mondiale.

05

Développement de projets propres

Les diplômés seront en mesure de travailler ou de mettre en place un projet réel dans le domaine de la R&D ou du développement commercial dans leur entreprise.

06

Augmentation de la compétitivité

Ce programme permettra à nos étudiants d'acquérir les compétences nécessaires pour relever de nouveaux défis et faire progresser l'organisation.



11 Diplôme

Le Executive Mastère en Gestion Commerciale et Ventes vous garantit, en plus de la formation la plus rigoureuse et la plus actuelle, l'accès à un diplôme universitaire de Executive Mastère délivré par TECH Université Technologique.



“

Terminez ce programme avec succès et recevez votre diplôme universitaire sans avoir à vous soucier des voyages ou de la paperasserie”

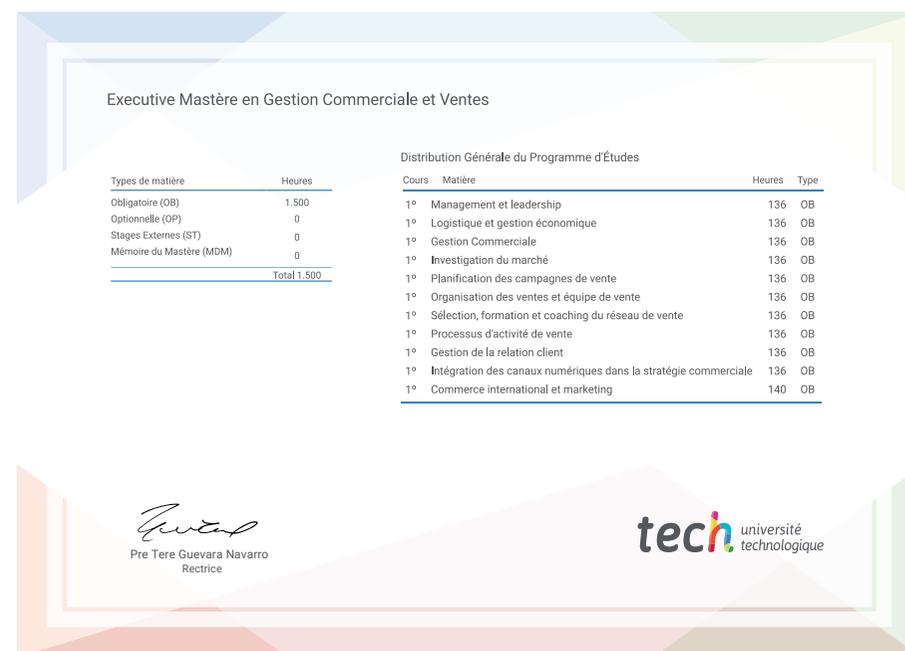
Ce **Executive Mastère en Gestion Commerciale et Ventes** contient le programme le plus complet et le plus à jour du marché.

Après avoir réussi l'évaluation, l'étudiant recevra par courrier postal* avec accusé de réception son correspondant diplôme **d'Executive Mastère** délivré par **TECH Université Technologique**.

Le diplôme délivré par **TECH Université Technologique** indiquera la note obtenue lors du Executive Mastère, et répond aux exigences communément demandées par les bourses d'emploi, les concours et les commissions d'évaluation des carrières professionnelles.

Diplôme: **Executive Mastère en Gestion Commerciale et Ventes**

N.º d'Heures Officielles: **1.500 h.**



*Si l'étudiant souhaite que son diplôme version papier possède l'Apostille de La Haye, TECH EDUCATION fera les démarches nécessaires pour son obtention moyennant un coût supplémentaire.



Executive Mastère Gestion Commerciale Ventes

- » Modalité: en ligne
- » Durée: 12 mois
- » Qualification: TECH Université Technologique
- » Intensité: 16h/semaine
- » Horaire: à votre rythme
- » Examens: en ligne

Executive Mastère

Gestion Commerciale et Ventés

