



IUT Saint-Nazaire
Pôle Sciences et technologie

Licence technico-commercial PME-PMI - bloc de compétences 6

Stratégie marketing et commercialisation



Dates

A définir suivant le calendrier de la licence professionnelle



Qui ?

Profil technique ou scientifique souhaitant acquérir la double compétence technico-commerciale



Pré-requis

BAC +2 technique ou scientifique

VA pour les reprises d'études



Durée

85 heures



Prix

A partir de 935 euros à 1785 euros



Intégré au groupe constituant la licence



Pour une formation intra - entreprise ou sur-mesure : nous contacter

✓ Objectifs de la formation

Être force de proposition en mobilisant les techniques de vente tout en assurant un service client.

Comprendre le fonctionnement d'une équipe commerciale ou technico-commerciale.

Être capable de négocier avec un fournisseur international, de monter un business plan pour la distribution internationale, et de trouver des clients (importateurs et revendeurs).

Être capable de mettre en œuvre une démarche marketing dans sa globalité (Analyse, diagnostic, proposer une stratégie marketing et prendre des décisions cohérentes au niveau des variables du mix).

✓ Programme

1 - Négociation commerciale :

Maîtriser l'entretien de vente et les différentes techniques de vente. Développer des compétences relationnelles.

(Outils / méthodes : entretien de vente, art de manier les questions, les clés du langage, langage

Non verbal...).

2 - Gestion force de vente :

Organisation de l'équipe commerciale, management et coaching d'une équipe de vente.

Appropriation des principaux leviers d'animation et outils de gestion.

Marketing stratégique, segmentation, choix de cible, positionnement. Marketing opérationnel, les variables du marketing mix.

Spécificités du marketing en Business to Business.

Marché, concurrence, environnement, analyse SWOT (réalisation d'un cas marketing).

Segmentation, ciblage, positionnement, décision produit.

La gestion des marques et de la communication. Décision prix. Décision distribution.

3- Technique du commerce international :

Export/Import : Analyse des modes de distribution internationaux et calcul des marges. Recherche de fournisseurs via foires et places de marché.

Étude de cas : Visite en Chine du plus grand salon B2B et des usines.

Transport/Douanes : Comprendre les modes de transport, incoterms, délais, tarifs, et formalités douanières.

Réglementation : Découverte des normes impactant le développement commercial.

✓ **Points forts de la formation**

Approche communicative et interactive faisant appel aux projets liés à la vie professionnelle. Valoriser l'entreprise et ses activités permettre aux responsables d'être des interlocuteurs éclairés face aux professionnels de la communication. Travail pratique à partir de documents réels : élaboration de "cas".

✓ **Evaluation**

Evaluation de la fin de module permettant la validation du bloc de compétences.

