

Marketing & Développement Commercial

Produits & Services Industriels B2B

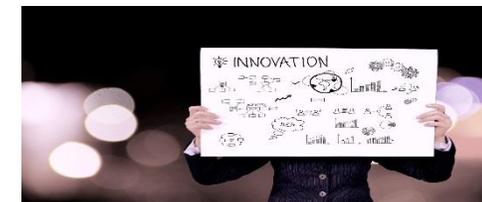
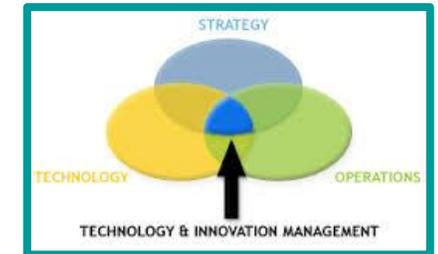
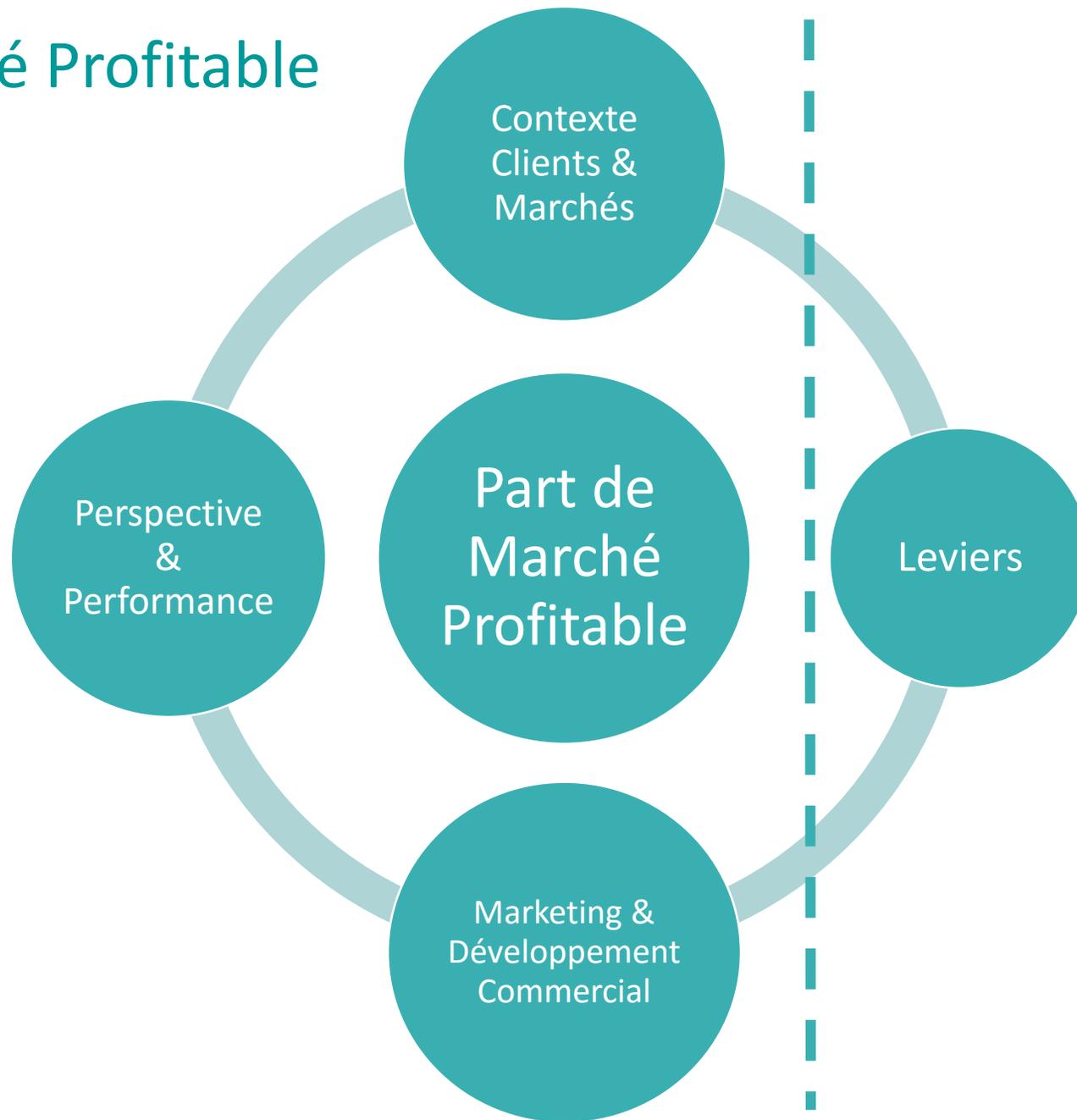
Management Innovation

« *La Part de Marché Profitable* »



Consulting & Partner
Eric Mazaud

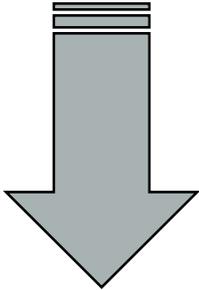
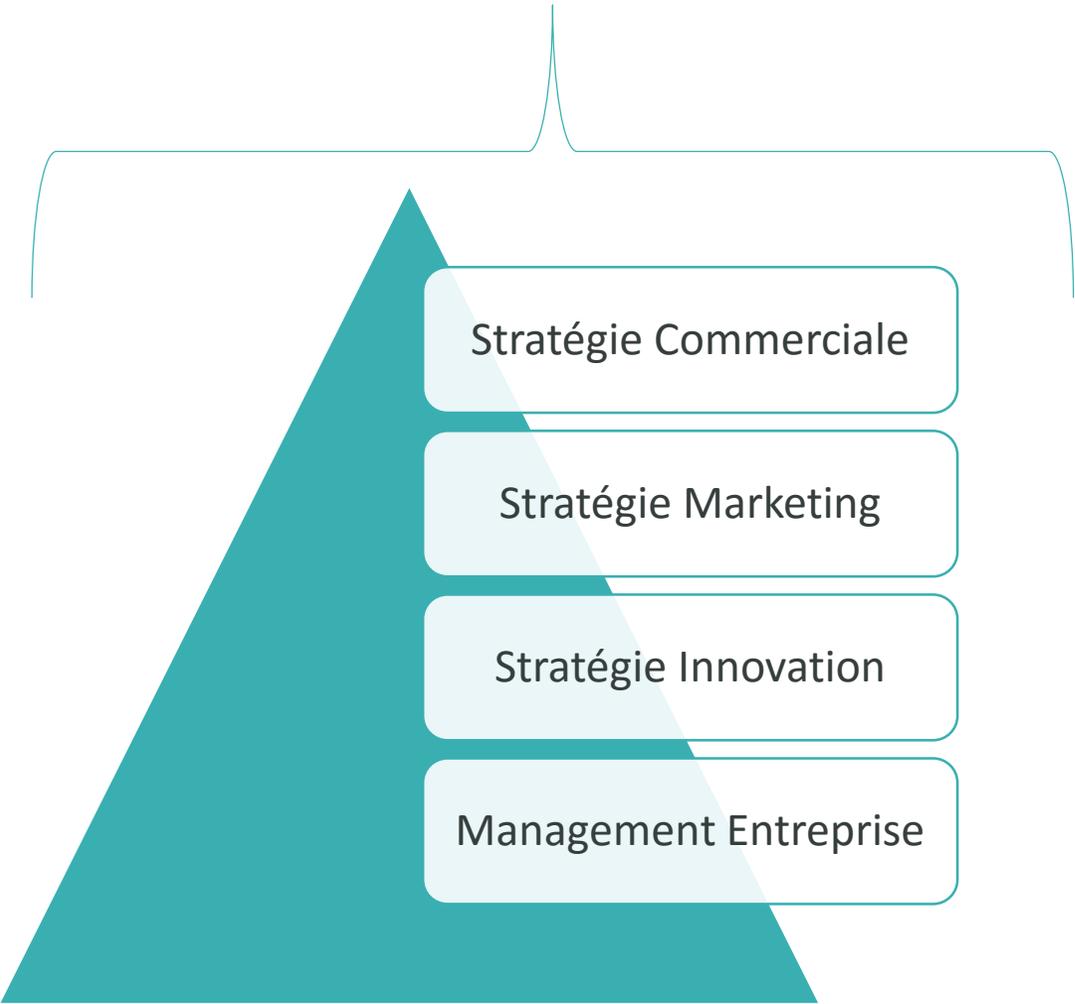
La Part de Marché Profitable





Approche Globale – Prestation & Intervention Graduelle

Echange, prise de conscience chef d'entreprise / Fondamentaux du Pilotage / Leviers / Directions à prendre



Questionnaire

Compréhension
Analyse
Conscience
Directions à prendre
(améliorations)
Impulsion

Conseil & Actions



Terrain & Pilotage



La Part de Marché Profitable – Processus Commercial Opérationnel

Volonté Client/Entrepreneur
Ressources

Stratégie Commerciale
Forces / Faiblesses entreprise
Opportunités / Menaces marché
Marketing Achats



CAP
Objectif MT à atteindre

Politique Commerciale
Organisation et
distribution des ventes

Positionnement
Produit / Clients
Marché / Objectifs

Plan actions commerciales
Mise en œuvre de la politique définie
Force Commerciale (relation B2B)

Définition
Politique tarifaire
Choix canaux distribution
Politique de communication

Conseils & Accompagnement
Plan d'Actions & Mise en Œuvre
Actions Terrain & Pilotage
=> Livrables

Objectifs
- de tâches & organisation
- de CA & marge
- personnalisés dans le temps

La Part de Marché Profitable



Livrables

Stratégies, Tactiques, Actions Marketing & Commerciales

- Analyse Couple Produit/Marché (études statistiques & potentiels)
- Définition Optimum PdM/CA/Marge (performance)
- Cahier des Charges Produits Innovants (spécificités commerciales)

Différentiation & Approche Globale en Solution (positionnement)

- Développement Produits/Services (MIX marketing en solution & Marketing Innovation)
- « Tangibilisation » Services (valeur-ajoutée, performance et retour sur investissement, « connectivité commerciale » prestataires/clients)

Gestion Relation Client B2B (Contexte Industriel / Marketing Achats)

- Prospection, Développement Clients & Grands Comptes avec Offre Ciblée & Individualisée (marchés nationaux & internationaux)
- Négociation/Rédaction Contrats (termes & conditions)

Suivi Performance Marketing & Commerciale (produits & clients)

- Tableau de Bord & « reporting » par Segment Produits & Clients (indicateurs : calcul CA, PM, marge, satisfaction clients, garantie,..)
- Liste de Prix (segmentation & tarification par produit & client), 80/20

Suivi Performance Marketing & Commerciale (organisation interne)

- Mise en Place/Organisation Marketing & Commerciale
- Formation aux Enjeux, Spécificités et Relations en Contexte Marketing & Commercial B2B (produits & services) / Aide au Recrutement

Une Offre en 4 axes

1- Proximité

Actions « terrain », au cœur de l'entreprise et sur son marché

2- Impact

Sur l'entreprise (efficience & performance globale)

3- Lisibilité

Co-production, Accessibilité, Communication

4- Prospective & Perspective

Analyser pour anticiper

Analyser pour améliorer

Agir pour développer profitablement

Questions & Réponses



Présentation / Parcours / Expertise

- +25 années d'expériences dans les domaines industriels, logistique/SCM et marketing/commercial



- Industries: Electricité, Mécanique, Chimie & Conditionnement, Micro-électronique, Agroalimentaire, Conseil

- Formation initiale technique, complétée par formation continue en Management & Gestion, Marketing et Innovation



- Consultant agréé Plan PME Innovation Région Rhone-Alpes & Business Coach program H2020





Merci pour votre attention