

# Bâtir la stratégie de votre portefeuille clients

Une méthode et des outils pour définir votre stratégie clients

## Ce que vous apprendrez

“Ne jamais engager sa fortune sans engager toutes ses forces.” (Machiavel).

L'évolution des textes juridiques régissant les relations entre distributeurs et industriels conduira à devoir réinvestir, réallouer ses ressources, rechercher de nouveaux avantages concurrentiels et dans tous les cas de figure... faire des choix. Le maintien du résultat passera donc par la prise de décisions qui pourront remettre en cause votre mode de fonctionnement, celui des équipes vente, marketing et logistique. Cette solution vous apporte une méthodologie d'analyse, un système de prise de décisions et des outils pour bâtir votre stratégie clients.

## Objectifs

- Prendre conscience de l'importance d'appliquer la démarche stratégique au portefeuille clients (GMS, circuits alternatifs, ...) pour assurer une rentabilité pérenne
- Acquérir une méthode d'analyse stratégique
- Maîtriser les principaux outils de décision
- Bâtir un plan d'action

## Pour qui ?

Direction générale, directeurs commerciaux, directeurs des centrales nationales, et des fonctions de trade marketing.

## Points clés

### Introduction à la stratégie

- Les outils d'analyse stratégique
- L'avantage concurrentiel
- Les stratégies génériques de Porter : différenciation, stratégie de volume
- La démarche méthodologique : situer, analyser, décider, agir

### Situer

- Les principaux outils d'analyse : analyse sectorielle, chaîne de la valeur, grille des ruptures
- La segmentation stratégique : les Domaines d'Activité Stratégiques
- Les facteurs clés de succès
- Définition des avantages concurrentiels

### Analyser

- Les matrices d'analyse : EMOFF, courbe d'expérience, BCG, Mac Kinsey...

### Décider

- Choisir sa stratégie client
- Bâtir l'avantage concurrentiel de l'entreprise

### Agir

- Définir le plan d'action
- Contrôler



## Formation accompagnée

*Durée conseillée*

*3 jours en présentiel*

*2 séances d'accompagnement collectif d'une journée*

## Les pédagogies

- **Un consultant expert de la stratégie** : professeur à l'ISC et à l'executive MBA HEC/CPA, Il a co-écrit le livre "les NTIC : comment en tirer profit".
- **Une approche originale** : la démarche proposée est à la fois conceptuelle, méthodologique et pragmatique.
- **Une pédagogie en 4 temps** : explication, démonstration, application, accompagnement.

## Commercial et Marketing

Management commercial