

Réf : 0603

Le Marketing Industriel

Population : -Cadres commerciaux et techniques, responsables Marketing, chefs de produits évoluant dans l'univers industriel.	Objectifs : - Décrire les principales méthodes utilisées pour définir la stratégie de l'entreprise ; comprendre l'élaboration d'un Plan d'Actions Commerciales (PAC) et les enjeux de l'internationalisation	
Programme :	Comprendre les spécificités du Marketing Industriel L'offre globale amont/aval et la filière technologique, la demande induite La cellule d'achat et la relation pérenne client/fournisseur L'importance du produit et la typologie de clientèle Mener la réflexion : le Marketing Stratégique Connaître les outils du Marketing Industriel Définir et mettre en oeuvre le Marketing Opérationnel Le PAC et les critères de qualité Le Compte d'Exploitation Prévisionnel (CEP) Le suivi du plan et les TB associés Du Marketing Industriel à l'international L'évolution du contexte économique et commercial Les spécificités et les stratégies à l'international	
Période :	A déterminer	
Durée :	04 jours	
Animateur(s)	Niveau d'Etude	Fonction Occupée