

## Brevet de Maîtrise (niveau 5)

### B - Commercialiser les prestations d'une entreprise artisanale

#### Objectif général

- Définir le positionnement et la politique commerciale de l'entreprise artisanale.
- Déterminer la politique tarifaire applicable aux fabrications et aux prestations de l'entreprise.
- Concevoir des outils et des vecteurs de communication destinés aux particuliers et aux professionnels (prospection, notoriété, etc...)
- Encadrer les ventes et l'après-vente de l'entreprise artisanale.

#### Public

Chef d'entreprise, artisan et leur conjoint, salarié, demandeur d'emploi

#### Prérequis

Spécifique aux métiers cf. Règlement Particulier :  
Titulaire d'un titre ou diplôme professionnel et/ou  
Expérience dans le métier considéré

#### Durée

8 jours (56 heures)

#### Plages horaires

De 8h30 à 12h30 et de 13h30 à 17h30

#### Programme

<b>SEQUENCE 1 : Acquérir une vision complète de l'entreprise et de son contexte</b>	
<b>Module</b>	<b>Objectifs pédagogiques</b>
<b>Appréhender les diverses politiques qui composent l'entreprise et maîtriser la notion de mix marketing.</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Comprendre les politiques relative aux produits, services, tarifications, distributions, communications et gestion des ressources humaines.</li> </ul>
<b>Acquérir une maîtrise des éléments essentiels d'une étude de marché.</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Analyser l'environnement commercial.</li> <li>Évaluer la concurrence.</li> </ul>
<b>Réaliser une évaluation interne et externe à travers l'élaboration d'une analyse SWOT (Forces, Faiblesses, Opportunités, Menaces).</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Analyser et condenser les informations relatives à l'entreprise.</li> <li>Identifier les atouts majeurs de l'entreprise.</li> </ul>

  

<b>SEQUENCE 2 : Élaborer une stratégie commerciale et mettre en place un plan d'action</b>	
<b>Module</b>	<b>Objectifs pédagogiques</b>
<b>Identifier des axes stratégiques pertinents</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Maîtriser les divers aspects des stratégies de pénétration de marché, de développement de produits et services, de développement de marché, et de diversification.</li> </ul>
<b>Exécuter des plans d'action commerciale.</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Définir le concept de plan d'action.</li> <li>Évaluer les besoins, ressources et modifications requises.</li> </ul>
<b>Gérer et superviser le plan d'action commercial</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Élaborer des tableaux de bord.</li> <li>Proposer divers outils et indicateurs de contrôle et de suivi.</li> </ul>

<b>SEQUENCE 3 : Acquérir une expertise dans l'utilisation quotidienne des diverses stratégies marketing.</b>	
<b>Module</b>	<b>Objectifs pédagogiques</b>
<b>Établir les priorités en matière de communication commerciale pour une entreprise.</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Sélectionner les supports de communication commerciale appropriés.</li> </ul>
<b>Élaborer et déployer un outil de communication commerciale élémentaire.</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Acquérir une maîtrise des principes fondamentaux relatifs à la création d'un tel outil.</li> </ul>

### **Moyens et encadrements pédagogiques**

- Atelier participatif en groupe restreint (12 personnes maximum).
- Animation par un consultant expert dans le domaine
- Outils et supports pédagogiques, exercices pratiques.
- Evaluation, remise d'une attestation de formation et de réussite.

### **Modalités d'évaluation**

**Examen final écrit :** À partir d'une étude de cas, exposant la situation commerciale, la concurrence et le marché d'une entreprise, le candidat analysera la situation commerciale de l'entreprise et formulera une stratégie commerciale et de la communication réaliste et en lien avec les ambitions de son dirigeant.

**Contrôle continu :** Au minimum 2 épreuves intermédiaires :

- Une mini étude de cas portant sur la maîtrise des outils de communication commerciaux.
- Un oral avec préparation de l'argumentaire de commercialisation.

### **Pour plus d'informations**

**Service Formation Continue - Par territoire :**

**04 :** [formationcontinue04@cmar-paca.fr](mailto:formationcontinue04@cmar-paca.fr)

04 92 30 90 97 - 06 70 27 71 76

**05 :** [formationcontinue05@cmar-paca.fr](mailto:formationcontinue05@cmar-paca.fr)

04 92 52 80 15

**06 :** [formationcontinue06@cmar-paca.fr](mailto:formationcontinue06@cmar-paca.fr)

04 92 12 53 45

**13 :** [formationcontinue13@cmar-paca.fr](mailto:formationcontinue13@cmar-paca.fr)

04 91 32 24 70

**83 :** [formationcontinue83@cmar-paca.fr](mailto:formationcontinue83@cmar-paca.fr)

04 94 61 99 65

**84 :** [formationcontinue84@cmar-paca.fr](mailto:formationcontinue84@cmar-paca.fr)

04 90 89 20 40

<https://www.cmar-paca.fr/article/les-catalogues-de-la-formation>