

SOMMAIRE

Chapitre 1 : Les marges de manœuvre dans la négociation commerciale.....	7
1. LA FIXATION DU PRIX.....	7
2. LES RÈGLEMENTS ET LES FINANCEMENTS.....	9
3. LA MARGE COMMERCIALE.....	10
Chapitre 2 : L'analyse du portefeuille clients.....	17
1. COMPOSITION D'UN PORTEFEUILLE CLIENT.....	17
2. LA GESTION ET LA RENTABILITÉ DU PORTEFEUILLE CLIENT.....	18
Chapitre 3 : La gestion du risque client.....	21
1. LA PRÉVENTION DU RISQUE D'IMPAYÉ.....	21
2. LA SOLUTION POUR FAIRE FACE AU RISQUE CLIENT.....	23
Chapitre 4 : La planification des actions commerciales.....	27
1. LES DIFFÉRENTS PLANS D'ACTION COMMERCIALE.....	27
2. LA MÉTHODOLOGIE DU PLAN D'ACTION COMMERCIALE.....	28
3. L'ALLOCATION DES RESSOURCES.....	28
4. LES OUTILS DE PLANIFICATION.....	29
Chapitre 5 : Les coûts commerciaux.....	39
1. DÉFINITION DU COÛT COMPLET.....	39
2. INTÉRÊTS DE LA MÉTHODE.....	39
3. MÉTHODE DE CALCUL.....	39
4. FORMULE.....	40
Chapitre 6 : La rentabilité des actions commerciales.....	47
1. LA DISTINCTION ENTRE CHARGES FIXES ET CHARGES VARIABLES.....	47
2. LE SEUIL DE RENTABILITÉ ET LE POINT MORT.....	48
3. LE COMPTE DE RÉSULTAT DIFFÉRENTIEL.....	48
4. FORMULES À APPLIQUER.....	49
Chapitre 7 : Le budget des actions commerciales et l'analyse des écarts.....	53
1. LES BUDGETS PRÉVISIONNELS.....	53
2. LE BUDGET DE TRÉSORERIE.....	55
CORRECTIONS.....	59