

Marge PLUS

Contexte de crise dans les économies développées, mondialisation des marchés, prépondérance de l'information se traduisent par une fragilité des positions acquises. Les entreprises doivent adapter leurs Business Models, améliorer leurs offres, reconfigurer leurs organisations pour pérenniser leur rentabilité.

Objectifs

- Réduire les coûts et installer des Business Models Low Cost
- Développer les volumes dans une approche globale des marchés
- Créer de la valeur client par une différenciation concurrentielle perçue.

CHIMIE	TECHNOLOGIE	GRANDE CONSOMMATION
COMMODITES	SUR MESURE	PERFORMANCE
DECONNEXION SERVICES	TACTIQUE D'ALLIANCE	GAMME DIFFERENCIEE
TRADING	LOBBYING par R&D	PACKAGING et Mise En Avant
VOLUMES ++++	FOURNISSEUR TIER 1	PVC +
Négociation de contrats ≠ gestion relation client	Cohérence Stratégie/ R&D/ commercial	Coûts cx -/ Marge distribution +

Recommandations API

- Segmentez des comportements d'achat pour trouver la juste valeur client
- Positionnez l'avantage client promis pour chaque segment comportemental
- Fixez les objectifs de volumes et de parts de marché avec des tactiques concurrentielles
- Ayez des coûts de revient à la valeur client en reconfigurant le contenu de chaque offre
- Managez les coûts commerciaux en fonction du volume de marge brute

APIFRANCE

8, rue de Port-Mahon
75002 PARIS
Tél. : 01 53 30 33 30
Fax : 01 53 30 33 31
email : api@apifrance.fr
<http://www.apifrance.fr>
SAS au capital de 190 000 euros
RCS PARIS B 304 900 293 APE 741 G

Pour évaluer l'intérêt de cette méthodologie face aux problématiques de votre entreprise, n'hésitez pas à nous contacter :

Sylvie Duflos
01 53 30 33 30
sduflos@apifrance.fr