

Plan de développement

La croissance interne est un levier majeur. Les plans de développement mobilisent les équipes pour dynamiser leur portefeuille d'activité. Les actions à planifier combinent les efforts :

- de consolidation de la clientèle rémunératrice
- de redressement des conditions de la rentabilité des clients pénalisants
- de saturation de potentiel client
- d'acquisition de clients ciblés
- d'élargissement de gammes de produits et/ou de services

Objectifs

- Atteindre les objectifs commerciaux de parts de marché, volume et marge brute
- Orienter l'action commerciale sur les segments à marge
- Valoriser les ventes par l'adéquation aux besoins client et par la défense des prix
- Qualifier et dimensionner les efforts du marketing, de la vente et de la logistique

Actes de Développement Commercial



	Conserver	Saturer	Acquérir	Sortir
CA				
Marge Brute	+++	+	=	+ ou = Sélectivité
Coûts Commerciaux				
Marge Commerciale	Optimisation	Développement	Investissement	Arbitrage
Enjeux Stratégiques	Pérennité	Verrouillage	Croissance	Clients Rémunérateurs
Tactique Concurrentielle	Alliance Neutralité	Neutralité Affrontement	Affrontement Neutralité	Alliance Neutralité

Recommandations API

- Concentrez vous sur les quelques segments à enjeux en terme de volume de marge
- Différenciez vos offres pour éviter l'affrontement sur les prix
- Responsabilisez une équipe pour la mise en œuvre à court terme
- N'asseyez pas votre développement sur l'optimisation des moyens

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