



# CONTROLE DE GESTION DE LA FONCTION COMMERCIALE

## Objectifs de la formation :

- Recueillir et analyser les données nécessaires à la mise en œuvre de la stratégie de l'entreprise.
- Élaborer un business plan et construire un budget commercial.
- Définir les objectifs commerciaux.
- À l'issue de cette formation, vous serez capable de mesurer la rentabilité de votre activité et de chercher les leviers possibles d'amélioration.

## Programme :

### **S'impliquer dans l'élaboration du business plan et du budget**

#### **Participer au processus de planification :**

- Business plan : Méthodologie et contenu.
- Prévoir l'évolution financière de l'entreprise.
- Analyser les prévisions de ventes.
- Définir les objectifs commerciaux.
- Fixer les tarifs et les marges
- Collaborer avec la direction commerciale.
- Être au cœur de la stratégie de l'entreprise.

#### **Construire un budget commercial :**

- Les critères à prendre en compte.

#### **Exercice d'application :**

- Élaboration d'un budget commercial.

#### **Défendre son budget :**

- Comprendre les impératifs globaux de l'entreprise et certains ratios exigés.
- Notion des principaux ratios.
- Mensualisation du budget pour l'exploitation du suivi et des prévisions de trésorerie.

#### **Exercice d'application :**

- Établissement d'un budget selon trois scénarios et choix selon les ratios exigés.



## **Élaborer les outils nécessaires au suivi des résultats**

### **Concevoir les tableaux commerciaux :**

- Définir l'objectif du tableau de bord.
- Identifier les indicateurs.

### **Collecter l'information :**

- Vérifier les données recueillies et en garantir la fiabilité.
- Transmettre les informations aux responsables opérationnels et à la direction.

## **Exploiter les données recueillies**

### **Assurer la maîtrise des coûts commerciaux :**

- Suivi des coûts commerciaux.
- Identifier les coûts créateurs de valeur, élimination ou réduction des coûts non créateurs de valeur.
- Identification des coûts cachés.

### **Analyser la rentabilité :**

- Analyse par produit, par marché, par zone et par client.
- Seuil de rentabilité.

### **Étude de cas:**

- Analyse par secteur, commentaires et simulations.

### **Analyser les écarts, maîtriser la méthodologie :**

- Analyse de l'écart global par le budget flexible.
- Analyse des marges et causes des écarts.

### **Étude de cas:**

- Analyse d'écarts commentés puis de la marge brute et explication des écarts.

## **Développer un système de reporting et être force de propositions**

### **Synthétiser les informations recueillies :**

- Rédiger des rapports.

### **Préconiser et coordonner les actions correctives :**

- Assurer un rôle de conseil auprès des opérationnels et de la direction.



### **Public concerné:**

- Contrôleurs de gestion.
- Responsables comptables et financiers.
- Directeurs commerciaux.

### **Méthode pédagogique :**

Les cours tiennent compte des acquis et des capacités d'assimilation des participants. Le formateur a pour mission de répondre à la demande de façon permanente et individualisée.

Tout au long de la formation, le formateur alterne entre théorie, démonstration et pratique.

Mise à disposition de tout le matériel dédié à cette formation.

### **Intervenants :**

Formateur spécialisé en comptabilité et gestion requérant un minimum de trois années de pédagogie appliquée dans la formation.