



MECANISMES FINANCIERS

Objectifs de la formation :

- Maîtriser les mécanismes financiers essentiels.
- Comprendre les effets des décisions marketing et commerciales sur les résultats de l'entreprise.
- Mesurer les performances de son activité et la rentabilité financière de ses projets.
- Dialoguer efficacement avec les services financiers de l'entreprise et avec ses commerciaux.

Programme:

Interpréter bilan et compte de résultat de son entreprise :

- Comprendre la formation du résultat avec le compte de résultat :
 - Résultat d'exploitation
 - Soldes intermédiaires de gestion
 - EBITDA,
- Les grands équilibres du bilan :
 - Fonds de roulement
 - Besoin en financement de l'exploitation
 - Trésorerie.
- Analyser avec les principaux ratios :
 - Activité
 - Structure
 - Profitabilité
 - Valeur ajoutée
 - Rentabilité.
- Résoudre les 5 crises de trésorerie.

Évaluer la rentabilité d'un choix d'investissement commercial :

- Définir l'investissement : Les différents types d'investissement.
- Apprécier la rentabilité d'un investissement :
 - Délai de récupération
 - Valeur Actuelle Nette (VAN)
 - Taux de Rentabilité Interne (TRI).
- Mesurer l'efficacité d'une opération promotionnelle, d'une campagne de lancement, d'un investissement matériel.
- Construire son compte d'exploitation prévisionnel.



Élaborer et suivre le budget commercial :

- Les différentes étapes de la procédure budgétaire.
- L'élaboration du budget commercial : Postes, ressources, priorités.
- Évaluer ses coûts et ses marges.
- Établir les prévisions de chiffre d'affaires.

Manager la rentabilité : Tarif, remise, délais de paiement :

- Influence des remises sur le résultat et défense du prix : Fournir un cadre à ses commerciaux.
- Incidence des délais de paiement sur la trésorerie : Argumentaire pour négocier les délais de paiement.
- Les réflexes à développer chez ses vendeurs pour une activité commerciale profitable.

Manager le risque client : Retard et défaut de paiement :

- Détecter la dégradation d'un client : Les critères.
- Bonnes pratiques pour prévenir et réduire litiges et impayés :
 - Avec la fonction crédit-client.
 - Avec les commerciaux.

Public concerné:

- Chef des ventes.
- Manager et responsable commercial.
- Animateur de réseaux de distribution.
- Responsable ADV.

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 dans le commerce requérant un minimum de trois années de pédagogie appliquée dans la formation.

