



SOMMAIRE

INTRODUCTION	5
CHAPITRE 1 DÉFINITION DES CRITÈRES DE SÉLECTION FOURNISSEURS	9
CHAPITRE 2 RECHERCHE SUR LES MARCHÉS D'E-CHAT	19
CHAPITRE 3 ANALYSE DES OFFRES ET RISQUES POTENTIELS	29
CHAPITRE 4 ÉVALUATION DES FOURNISSEURS POTENTIELS	39
CHAPITRE 5 GESTION DES CAMPAGNES DE FIDÉLISATION	45
CHAPITRE 6 ÉCOUTE ACTIVE DES BESOINS CLIENTS	55
CHAPITRE 7 ORIENTATION STRATÉGIQUE DES VENTES	65
CHAPITRE 8 ACTUALISATION DES FICHIERS CLIENTS	75
CHAPITRE 9 TECHNIQUES DE NÉGOCIATION EFFICACES	83
CHAPITRE 10 OPTIMISATION DU RAPPORT QUALITÉ-PRIX	93
CHAPITRE 11 ÉLABORATION DES PLANS D'ACTION COMMERCIALE	101
CHAPITRE 12 SUIVI DU DÉVELOPPEMENT DES VENTES	111
CHAPITRE 13 DOCUMENTATION DES INTERACTIONS COMMERCIALES	121
CHAPITRE 14 GESTION DES PARTENARIATS STRATÉGIQUES	129
CHAPITRE 15 UTILISATION AVANCÉE DE L'OUTIL CRM	137
CHAPITRE 16 ASSURANCE D'UN RETOUR SUR INVESTISSEMENT	147
CHAPITRE 17 FACILITATION DE LA COLLABORATION COMMERCIALE	157
CHAPITRE 18 PRATIQUE DE L'ANGLAIS COMMERCIAL NIVEAU B2	165
CONCLUSION	173