



SOMMAIRE

INTRODUCTION	5
CHAPITRE 1 DÉFINITION DES OBJECTIFS COMMERCIAUX	7
CHAPITRE 2 INDICATEURS CLÉS DE PERFORMANCE (KPI)	15
CHAPITRE 3 PLANIFICATION DES ACTIONS COMMERCIALES	25
CHAPITRE 4 ANALYSE DES TENDANCES DU MARCHÉ	35
CHAPITRE 5 STRATÉGIES DE FIDÉLISATION CLIENT	43
CHAPITRE 6 GESTION DES RESSOURCES ET CONTRAINTES	53
CHAPITRE 7 OPTIMISATION DES ACTIONS COMMERCIALES	63
CHAPITRE 8 COLLABORATIONS INTERNES ET EXTERNES	73
CHAPITRE 9 EVALUATION DES PERFORMANCES COMMERCIALES	81
CONCLUSION	91