

## Optimiser la gestion financière de l'activité commerciale les bons leviers pour améliorer ses marges



CV-66 2 Jours (14 Heures)



### Description

Cette formation vous apportera les notions fondamentales pour mesurer l'impact financier de vos décisions commerciales. Cela vous permettra d'évaluer la performance à l'aide d'indicateurs pertinents en vue d'améliorer l'efficacité et la rentabilité de votre activité commerciale.

### À qui s'adresse cette formation ?

#### Pour qui

Managers commerciaux, dirigeants et cadres non spécialisés en gestion financière chargés d'évaluer la solvabilité des prospects, directeurs financiers chargés d'optimiser la marge commerciale.

#### Prérequis

Aucun.

### Les objectifs de la formation

- Apprendre à évaluer les risques pesant sur la santé financière de vos partenaires clients
- Optimiser la performance commerciale Identifier les points faibles et les opportunités de développement de l'activité commerciale de l'entreprise
- Maîtriser la méthodologie d'audit des indicateurs d'alerte comptables et financiers des activités commerciales

### Programme de la formation

Lire et comprendre bilan et compte de résultat de l'entreprise

- Connaître les principaux postes du bilan et sa présentation fonctionnelle.
- Comprendre les grands équilibres du bilan.
- Interpréter le compte de résultat et sa présentation en solde intermédiaire de gestion.
- Décomposer la formation du résultat.
- Appréhender le lien entre bilan et compte de résultat.
- Etude de cas Analyse d'un bilan et compte de résultat d'une activité commerciale.

### Construire un budget commercial pour le niveau de rentabilité souhaité

- Comprendre le plan stratégique d'entreprise et sa déclinaison en budget annuel.
- Réaliser les cadrages ultérieurs.
- Recueillir les éléments variables nécessaires.
- Modéliser les volumes, prix de vente unitaire, remises, marges, coûts prévisionnels.
- Concevoir le budget commercial mensuel.
- Etude de cas Analyse de différents formats de budgets commerciaux.

### Manager la rentabilité avec ses vendeurs

- Elaborer les soldes intermédiaires de gestion.
- Calculer la valeur ajoutée et l'excédent brut d'exploitation.
- Définir et calculer les ratios de profitabilité.
- Construire et animer les tableaux de bord.
- Etude de cas Choix, analyse et commentaire des ratios de gestion d'une activité commerciale

### Manager le risque client par la construction d'un tableur d'évaluation

- Détecter la défaillance client.
- Discerner le poids du crédit interentreprise.
- Sélectionner les informations essentielles.
- Distinguer les principaux ratios et les interpréter.
- Pratiquer la lecture normative et sectorielle.
- Définir le scoring, son utilisation et ses limites.
- Etude de cas Identifier le risque client rattaché aux secteurs industriels, de service ou de négoce et commenter les scores de différentes entreprises.

### L'intelligence économique pour mesurer la santé financière de vos clients

- Récupérer rapidement les données.
- Choisir les alertes les plus pertinentes.
- Saisir les données complémentaires extracomptables.
- Intégrer les données sectorielles.
- Réaliser le diagnostic.
- Etude de cas Mettre en place un outil de veille économique.