

Ressource R3.BDMRC.15 : Marketing B2B

Parcours : BDMRC **Heures :** 13 heures dont 8 heures de TP

Descriptif

Identifier les spécificités du marketing B2B :

- Identifier le centre d'achat, ses acteurs et le processus d'achat B2B
- Segmenter un marché B2B
- Mettre en place le marketing-mix B2B
- Utiliser les canaux relationnels B2B

Mots clés : Achat B2B – segmentation en B2B – mix B2B

Contenu Pédagogique

- Veille et intelligence économique
- Collaboration interne en vue de développer les opportunités commerciales
- Contribution à la réactivité commerciale en développant la valeur ajoutée client

Compétences Ciblées

Participer à la stratégie marketing et commerciale de l'organisation

Apprentissages Critiques Liés

- AC24.04BDMRC
- AC24.02BDMRC
- AC24.01BDMRC

CONTACTS RÉFÉRENTS TECHNIQUES DE COMMERCIALISATION

Mickaël MILLET	Chef de département – mickael.millet@univ-lehavre.fr
Secrétariat	iut-sec-tc@univ-lehavre.fr
Caroline MILCENT-MONTIER	Dir. EDT / Apprentissage – caroline.milcent-montier@univ-lehavre.fr
Sylvie LEBER	Directrice des études BUT 2 – sylvie.leber@univ-lehavre.fr