

Fiche d'Expression de Besoin de Formation

(Ingénierie d'affaires, Vente Grands Comptes, Vente indirecte, Go to market)

Organisme demandeur : Sup de Vente

Adresse : 51, Boulevard de la Paix, 78100 Saint Germain en Laye

Date de la demande :

1) Contexte et raison de la formation recherchée :

Sup de Vente forme des Ingénieurs d'affaires, Responsables Grands Comptes, spécialistes de la vente B to B de prestations de produits et services complexes, à forte valeur ajoutée.

Pour se former à ce métier très exigeant (vente en mode projet, interface internes et externes - technique, marketing, achats, juridique, financier..., élaboration de solutions sur mesure) les apprenants doivent acquérir une vision stratégique pour développer durablement leurs comptes et des méthodologies reconnues pour leur efficacité dans un environnement complexe (cycle de décision long, enjeux financiers importants).

2) Objectifs poursuivis

Compétences à acquérir :

- analyser et développer son portefeuille prospects/clients
- évaluer le potentiel du compte et les risques potentiels
- croiser l'attractivité pour l'entreprise et la probabilité de réussite.
- sélectionner les cibles à haute valeur ajoutée
- détecter et évaluer les besoins des prospects/clients (techniques, fonctionnels, marketing, service)
- qualifier ses besoins, ses enjeux (métier et business, système d'acteurs et de décisions, notion d'organigramme « politique »)
- vendre son plan d'actions à sa hiérarchie.
- formaliser le cahier des charges de la demande (dossier commercial)
- élaborer une solution créatrice de valeur
- vendre la solution (réussir la soutenance de l'offre)
- définir une stratégie de vente indirecte

3) Résultats à atteindre :

A la fin de la formation, les participants seront capables de :

- identifier les points clés d'un entretien client efficace
- recueillir et analyser les informations pertinentes.
- organiser sa veille sur le compte
- rédiger une fiche d'analyse du compte clé et élaborer une stratégie de contact
- se positionner en amont des projets
- identifier ce qui crée de la valeur chez le client
- déterminer sa capacité réelle à gagner une affaire
- analyser les stratégies de la concurrence
- savoir valoriser et « vendre » l'affaire en interne
- savoir présenter et argumenter la solution auprès du prospect
- rédiger une offre commerciale complexe gagnante
- défendre une offre à l'oral auprès d'une équipe client
- animer une équipe de vente

Résultat attendu :

- Mise en œuvre d'une stratégie de développement d'affaire
- Elaboration d'un plan de compte et stratégie de contact
- Formalisation d'une proposition d'affaire
- Présentation et argumentation de la proposition d'affaire devant un comité de professionnels

4) Public concerné :

Etudiants en alternance : niveau Bac +5 Manager en Ingénierie d'Affaires

Lot 1 : Ingénierie d'affaires – Vendre la Valeur

Lot 2 : Stratégie Grands Comptes / Vente indirecte / Go to market

5) Condition de réalisation de la formation,

Durée de la formation :

Lot 1 : de 10 à 12 jours

Lot 2 : 3 à 5 jours

Nombre prévisionnel de sessions :

Lot 1 : 6

Lot 2 : 1 à 5

Période : septembre 2019 à juillet 2020

Modalités pratiques de fixation des dates de formation : transmission avant fin juillet 2019

Lieu : La formation peut se dérouler selon les groupes à Paris ou Saint Germain en Laye.

Effectif : Maximum de participants par session : entre 15 et 25 apprenants

Méthodes pédagogiques : Spin selling, solution selling, cas pratique fil rouge, coaching, mise à disposition d'une boîte à outil opérationnelle, digital learning sur la base de la classe inversée demandant une appropriation par l'intervenant des modules digitalisés et une approche articulée pour les séances de face à face, simulation d'entretien

Supports de cours : à transmettre au responsable pédagogique au plus tard 15 jours avant la première intervention.

Version numérisé mise à la disposition des apprenants sur Blackboard (LMS de Sup de Vente)

Evaluation :

entretiens, quizz, livrable : offre commerciale sur mesure (cas d'entreprise), soutenance orale de l'offre ;

Dossier stratégie d'approche et plan opérationnel de pénétration d'un Grand Compte, soutenance

6) Profils recherchés

Consultant(e) ou intervenant(e) professionnel(le) diplômé(e) niveau Bac+4/5 avec une expérience professionnelle dans la Vente d'affaire, formé(e)s aux méthodes de Spin Selling et Solution selling (Ingénieur d'affaires Sénior, Responsable Grands Compte, Ingénieur Technico-Commercial...)

Rédacteur de Sup de Vente : Heike JABOT

Date : 7 juin 2019

Signature