

Développez vos compétences dans le domaine de :

La Vente d'une Offre Technologique Complexe



Ce programme certifiant vise à développer **les compétences commerciales** des ingénieurs d'affaires, dirigeants d'entreprises ou créateurs de start-up, dans le domaine de la vente de solutions technologiques **en environnement Business to Business**.

Le programme dure 3 mois et n'exige que 6 journées de présence à l'école.

Objectifs

- ☛ **Faire le diagnostic de vos compétences commerciales.**
- ☛ **Suivre 5 modules en elearning** (cours en ligne) sélectionnés en fonction de vos besoins en formation.
- ☛ **Participer à 6 séminaires de formation thématiques** qui vous permettront de maîtriser des stratégies et des outils nécessaires à l'atteinte d'objectifs commerciaux ambitieux.
- ☛ **Bénéficier de l'accompagnement d'un coach** tout au long du programme.
- ☛ **Obtenir un certificat européen**, correspondant aux standards internationaux de la profession.

Méthodologie

Le programme propose une alternance de journées de séminaire (1 jour par quinzaine), de cours en ligne (1 module par quinzaine représentant environ 5 heures de travail chacun) et d'entretiens avec un coach. Il démarre en janvier 2010 et s'échelonne sur 3 mois. (voir dates au verso).

Tarif

Le tarif est proposé au tarif de 2 400 € par participant (peut donner lieu sur demande à l'établissement d'une Convention de Formation Professionnelle dans le cadre de la formation continue). Les pauses et les déjeuners sont compris dans la formation

Thématiques

Analyser le comportement d'achat du client en milieu complexe : multi-décideurs et multi-enjeux

Comprendre et révéler le besoin latent du client

Elaborer une solution technologique répondant au besoin du client, en démontrer la valeur et les bénéfices

Négocier et conclure une affaire

Connaître et s'approprier les outils du Marketing de l'innovation

Participants

Ce programme s'adresse aux dirigeants, cadres d'entreprises technologiques et créateurs de start-up. Il regroupe un nombre limité de participants (maximum 10 par session).

Lieu

Les séminaires se déroulent à Grenoble Ecole de Management
12 rue Pierre Sépard – BP 127
38003 Grenoble Cedex 01

Références

ANOVA - DESIGN & REUSE – DIGIGRAM - ELOQUANT – EUROTUNGSTENE – GORGY-TIMING - HYPEROBJECTS – NOVENTIME - PROBAYES – PSI ELECTRONICS – SAMES - TRONICS MICROSYSTEMS – VITAMIB - XENOCOS
« Cette formation m'a permis d'échanger en groupe et de façon très conviviale pour acquérir des conseils et des méthodes adaptées à la vente et aux relations clients dans notre environnement industriel de plus en plus complexe et irrationnel ! »
Jean-Pierre PAYRE, Directeur d'AVSIS



Renseignements, Inscriptions

Grenoble Ecole de Management
Centre TIME – Sylvie DEBATY
04 73 70 60 27 – time@grenoble-em.com
Site du programme :
<http://platform.eubbsi.com>



Ce programme est soutenu par la Commission Européenne

CONTENU DU PROGRAMME

6 SEMINAIRES COLLECTIFS

Sessions	Déroulement	Dates
<p>SESSION D'INTRODUCTION : (1/2 journée)</p>	<p>a. Présentation des intervenants, des stagiaires et du programme</p> <p>b. Introduction au processus de vente d'offre technologique complexe</p> <p>c. Auto-évaluation des compétences</p> <p>d. Premier debriefing collectif sur l'auto-évaluation des compétences</p> <p>e. Présentation des tuteurs et prise de rendez-vous</p>	<p>Judi</p> <p>7 janvier 2010 matin</p> <p>9h00 à 13h00</p>
<p>SESSION THEMATIQUE 1 : (1 journée)</p> <p>Comportement d'achat du client en milieu complexe</p> <p>Les processus de décision et d'achat de vos prospects/clients sont plus ou moins formels, complexes, étendus, et varient selon les entreprises. Afin de vous montrer efficace, vous devez identifier ces processus et vous y adapter.</p> <p>A l'issue du séminaire, vous serez capable de :</p> <ul style="list-style-type: none"> - identifier les étapes, les procédures et les interlocuteurs qui jalonnent les processus de décision chez vos prospects, - adapter votre comportement de vente en conséquence. 	<p>a. Présentation du thème par l'intervenant</p> <p>b. Etude de cas, jeu de rôle et autres exercices pratiques (préparation en petits groupes, synthèse collective)</p> <p>c. Travail en groupe sur le thème du jour : application au processus de vente des entreprises participantes</p> <p>d. Partage d'expérience</p> <p>e. Synthèse et apports complémentaires par l'intervenant</p>	<p>Judi</p> <p>21 janvier 2010</p> <p>9h00 à 18h00</p>
<p>SESSION THEMATIQUE 2 : (1 journée)</p> <p>Compréhension du besoin du client, analyse de la demande</p> <p>En situation de vente d'une offre technologique complexe, vous êtes souvent tenté de vous concentrer sur l'explication de l'offre. Or, c'est votre capacité à questionner et comprendre le besoin latent du prospect qui vous permettra de bâtir une offre adaptée et de remporter l'affaire.</p> <p>A l'issue du séminaire, vous serez capable de :</p> <ul style="list-style-type: none"> - amener votre prospect à révéler en profondeur son besoin / problème, - convaincre votre prospect de la nécessité de résoudre son problème. 		<p>Judi</p> <p>4 février 2010</p> <p>9h00 à 18h00</p>
<p>SESSION THEMATIQUE 3 : (1 journée)</p> <p>Elaboration d'une solution technologique répondant au besoin du client</p> <p>Vous avez analysé, tel un consultant, les processus et les besoins de votre prospect/client. Vous devez à présent lui apporter une « solution » englobant produits et services, quitte à s'associer à d'éventuels partenaires.</p> <p>A l'issue du séminaire, vous serez capable de :</p> <ul style="list-style-type: none"> - élaborer une offre répondant au besoin du prospect/client, - être capable d'en démontrer la valeur et les bénéfices. 		<p>Judi</p> <p>18 février 2010</p> <p>9h00 à 18h00</p>
<p>SESSION THEMATIQUE 4 : (1 journée)</p> <p>Négociation et conclusion d'une affaire</p> <p>Les étapes de négociation et de conclusion d'une affaire se préparent tout au long des phases qui précèdent ; néanmoins, ces étapes requièrent des savoir-faire et des savoir-être spécifiques à mettre en œuvre au moment décisif.</p> <p>A l'issue de la session, vous serez capable de :</p> <ul style="list-style-type: none"> - comprendre et mettre en œuvre les techniques de négociation, - conduire une négociation à sa conclusion. 		<p>Judi</p> <p>4 mars 2010</p> <p>9h00 à 18h00</p>
<p>SESSION THEMATIQUE 5 : (1 journée)</p> <p>Marketing de l'innovation</p> <p>La vente d'offre technologique complexe dépend en premier lieu de la capacité de l'entreprise à transformer un « objet technologique » en un produit vendu sur un marché solvable.</p> <p>A l'issue du séminaire, vous serez capable de :</p> <ul style="list-style-type: none"> - vous approprier les outils et méthodologies du marketing de l'innovation afin de structurer votre démarche de segmentation, de ciblage et de construction d'une offre commercialisable. 		<p>Judi</p> <p>25 mars 2010</p> <p>9h00 à 18h00</p>