



Business Developer

Fiche métier



Durée : 56 heures
8 jours



Lieu de formation
Dans votre entreprise
Au centre de formation



Pour qui ?

- ▶ Business developer, ingénieur commercial, responsable du développement des ventes.



Prérequis

- ▶ Une expérience commerciale solide, ou une maîtrise des techniques commerciales fondamentales.



Objectifs

- ▶ Appréhender la dimension stratégique du Business Developer.
- ▶ Analyser les capacités de l'entreprise.
- ▶ Qualifier les opportunités de développement.
- ▶ Organiser les priorités de développement.
- ▶ Mesurer la performance.



Enjeux

- ▶ Évoluer.



Points forts de la formation

- ▶ Un cycle complet qui aborde les trois dimensions du Business Developer : stratégie, décision, action.
- ▶ Formation 100% opérationnelle : chaque participant travaille en salle sur son activité personnelle, met directement en application les outils et méthodes du cycle, avec les conseils personnalisés du formateur et le feed-back de ses pairs.
- ▶ Le séquençage de la formation facilite la mise en œuvre immédiate après chaque partie.
- ▶ Accompagnement individuel sur la durée : un même consultant sur tout le cycle de formation, pour aider chaque participant à progresser à son rythme et plus rapidement.



Une formation sur mesure

Toutes nos formations répondent à des besoins génériques et courants, cependant nous pouvons les adapter pour répondre à vos **attentes, vos préférences et vos disponibilités** :

Le lieu de formation : Dans vos locaux, salles de réunions indépendantes, ou toutes autres localisations souhaitées.

Le contenu : Formation standard ou sur mesure en fonction de vos besoins.

Tarif : Le tarif minimum d'une formation est de 980,00 euros HT/jour. Ce tarif ne tient pas compte de la personnalisation de l'enseignement, en fonction de votre niveau et de vos objectifs professionnels. Veuillez nous contacter pour obtenir un devis précis.

Délais : Notre délai moyen constaté pour le commencement de la formation est de 1 mois après votre inscription.

Handicap : Si vous avez besoin d'aménagements spécifiques (pédagogique ou physique), merci de prendre contact avec nous.

Pour de plus amples informations, n'hésitez pas à nous contacter par courriel ou par le biais de notre site internet.

Contactez-nous :



contact@possibility.fr



www.possibility.fr

Réf : FVE-14-0

**Découvrez le programme
de formation générique** 



Programme

Partie 1 : Bâtir sa stratégie

1. Définir la valeur ajoutée du Business Developer

- Le métier de Business Developer.
- Trouver son positionnement au sein de l'entreprise, grand groupe ou start-up.
- Les compétences clés du métier : Autodiagnostic.

2. Mettre en place les conditions de l'innovation

- Formaliser son système de veille : Veille interne, veille concurrentielle, outils digitaux dédiés à la veille.
- S'approprier les principes clés de l'innovation.

3. Analyser l'environnement et détecter de nouvelles opportunités

- Faire l'état des lieux du marché : les 5 forces de Porter.
- Segmenter les besoins actuels, imaginer les besoins futurs.
- 3 approches stratégiques : Ansoff, Kotler et Océan Bleu.
- Mesurer l'attractivité du marché.
- Analyser le portefeuille clients/prospects.
- Formaliser la proposition de valeur.

4. Analyser les capacités de l'entreprise

- Faire un audit des capacités internes.
- Mesurer la distance entre la cible à atteindre et les capacités de l'entreprise.

5. Décider : le ciblage des nouveaux couples produits/marchés

- Les différents modèles d'aide à la décision.
- L'outil SWOT et les choix d'orientations stratégiques.
- Une approche par les ressources : le couple criticité/accessibilité.
- Du SWOT au TOWS.



Programme

Partie 2 : De la stratégie au plan de développement

1. Planifier les actions

- Traduire ses décisions en objectifs de vente.
- Déterminer et planifier les actions : clients, marketing opérationnel, management.
- Formaliser son business plan.

2. Vendre le plan de développement en interne

- Repérer les acteurs à convaincre.
- Désigner sa proposition de valeur.
- Adapter sa stratégie de présentation à ses interlocuteurs.

3. Identifier et mobiliser les ressources internes

- Identifier tous les services contributifs au plan de développement.
- Cartographier les acteurs et comprendre leurs objectifs, ressources et contraintes : la matrice des ressources.
- Mobiliser les énergies autour d'objectifs communs.
- Vaincre les possibles résistances.

4. Cultiver son réseau et développer des partenariats

- Les types de partenariats possibles : avantages et contraintes.
- Définir les engagements réciproques, droits et devoirs.
- Développer son réseau externe.
- Utiliser la force des réseaux sociaux.



Programme

Partie 3 : Déployer le plan de développement et piloter les résultats

4. La stratégie relationnelle du Business Developer

- Adapter sa communication commerciale à tout type d'interlocuteur : le DEFI commercial.
- Entrer dans la bulle de l'acheteur : spécificités de la fonction des achats.
- S'adapter à un groupe de décision complexe : le GRID
- Se faire connaître et se différencier : développer son pitch.

5. Négocier des apports profitables

- Préparer ses objectifs et sa tactique de négociation.
- Développer son argumentation.
- Entrer en négociation avec des marges de manœuvre.
- Utiliser ses marges de manœuvre pour obtenir des contreparties tangibles.
- Emmener l'interlocuteur vers la conclusion.
- Déjouer les pièges de la négociation.

6. Piloter le déploiement des actions

- Identifier les indicateurs à suivre et ratios d'activité.
- Organiser le pilotage de l'action autour du tableau de bord.
- Communiquer autour du tableau de bord et partager l'information pour progresser.
- Gérer les cas difficiles.

4. Assurer la fidélisation des clients