



Ingénieur d'affaires

De la détection de projet à la relation client



42 heures
6 jours



Lieu de formation
Dans votre entreprise.
Au centre de formation.



Objectifs



Pour qui ?

- ▶ Ingénieur d'affaires/commercial, cadre commercial, évoluant dans une entreprise à forte valeur ajoutée travaillant par affaire.



Prérequis

- ▶ Intervenir en vente d'affaires ou de projets complexes.



Enjeux

- ▶ Évoluer



Points forts de la formation

- ▶ La formation complète de l'ingénieur d'affaires : pour vendre et négocier avec succès et maîtriser votre fonction.
- ▶ De nombreux exercices et mises en situation facilitent l'acquisition des gestes gagnants. Du temps est réservé à la transposition à son contexte, avec les conseils personnalisés de l'expert.
- ▶ À chaque session, les outils pratiques remis au format électronique facilitent la transposition.



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-20-0

Découvrez le programme
de formation générique





Programme

PARTIE 1 – Engager et suivre une affaire (2 jours)

1^{ère} étape : Se positionner en amont des projets

- ▶ Engager la démarche commerciale le plus en amont du projet client : faire naître de nouvelles idées, anticiper sur le cahier des charges.
- ▶ Optimiser son temps en se concentrant sur les projets porteurs et à potentiel :
 - qualifier les projets ;
 - connaître les critères de décision et les concurrents ;
 - choisir son positionnement : se différencier et présenter une solution originale, non comparable.

2^{ème} étape : Se rendre incontournable : tisser un réseau de relations au sein de l'organisation cliente

- ▶ Établir un contact client efficace et pertinent :
 - choisir les moyens (téléphone, rendez-vous) ;
 - réparer ses questions ;
 - apporter de la valeur ajoutée à chaque contact client.
- ▶ Profiter de chaque contact client pour diagnostiquer les enjeux du projet et bâtir l'offre la plus percutante.
- ▶ Identifier le circuit de décision du client :
 - qualifier les acteurs ;
 - exploiter ses contacts privilégiés.

3^{ème} étape : Mobiliser son équipe interne autour des enjeux du client et de l'offre à élaborer

- ▶ Se positionner en chef d'orchestre.
- ▶ Communiquer pour :
 - Expliquer, impliquer, organiser ;
 - Informer en continu.

Découvrez la suite du programme
de formation générique 

 **Programme****PARTIE 2 – Réussir son développement commercial (2 jours)****1^{ère} étape : Adopter une organisation commerciale efficace**

- ▶ Comprendre son rapport au temps :
 - bilan et analyse du temps passé aux différentes missions.
- ▶ Construire son organisation personnelle :
 - hiérarchiser ses priorités ;
 - réagir aux imprévus et aux urgences sans se faire piéger.

2^{ème} étape : Se fixer un cap : déterminer une stratégie commerciale et des priorités d'action

- ▶ Adopter le marketing d'affaires.
- ▶ Analyser son portefeuille clients, son positionnement chez le client.
- ▶ Choisir et prioriser ses cibles.
- ▶ Segmenter le marché :
 - La matrice de diversification.
- ▶ Instaurer des revues d'affaires pour mieux développer son portefeuille client.
- ▶ Fidéliser son client, préparer les prochaines affaires, obtenir des recommandations.

3^{ème} étape : Concevoir des solutions sur mesure à valeur ajoutée

- ▶ Impliquer les acteurs projet chez le client dans la construction de la solution.
- ▶ Structurer son offre technique et commerciale : le contenu d'une offre.
- ▶ Les meilleures astuces pour rédiger une offre interactive et se démarquer de ses concurrents.
- ▶ Valoriser sa solution par la forme des supports de présentation.
- ▶ Valoriser sa solution sur mesure en une page : l'executive summary.
- ▶ Rédiger une lettre d'accompagnement percutante.

**Découvrez la suite du programme
de formation générique**



 **Programme****PARTIE 3 – Présenter et négocier des offres commerciales profitables (2 jours)****1^{ère} étape : Vendre la valeur de l'offre face à un groupe client**

- ▶ Impliquer le client dans la préparation de la réunion commerciale.
- ▶ Marquer les esprits dès les premières secondes.
- ▶ Valoriser son approche.
- ▶ Établir le dialogue, répondre aux objections, engager ses interlocuteurs.

2^{ème} étape : Négocier d'égal à égal avec le client

- ▶ Les 3 terrains de la négociation : technique, commercial, financier.
- ▶ Identifier les enjeux de la négociation et évaluer le rapport de force.
- ▶ S'adapter aux forces en présence : la matrice des ressources.

3^{ème} étape : Préparer sa négociation commerciale

- ▶ Anticiper les attaques possibles sur les aspects budgétaires, techniques, juridiques de l'offre.
- ▶ Définir ses objectifs et ses marges de manœuvre :
 - la stratégie de négociation.

4^{ème} étape : Conduire la négociation de face à face

- ▶ Rester maître du déroulement de la négociation.
- ▶ Faire face aux exigences et aux attaques du client.
- ▶ Obtenir une contrepartie à toute concession.
- ▶ Éviter les concessions en cascade.
- ▶ S'affirmer dans les situations difficiles : le DESC.

Exercice : Simulation de négociation en groupe suivi d'un débriefing.