



Institut de socio-économie
des entreprises et des
organisations

FORMATION CONTINUE

"Performance+"

Vendre en
milieu turbulent

5

"commerce = relations humaines"

Cette formation est destinée aux *Dirigeants, Directeurs commerciaux, Directeurs des ventes, Directeurs du Marketing, Directeurs de la Recherche et Développement et les cadres de ces fonctions, désirant tout à la fois :*

- **provoquer un sursaut dans le niveau de performance commerciale,**
- **mobiliser et animer l'ensemble des équipes commerciales,**
- **améliorer la coopération de tous les acteurs de l'entreprise autour de la vente et de l'innovation**

Objectifs

Ce stage permet d'appréhender les principes qui permettent d'activer rapidement, significativement et durablement la performance commerciale de l'entreprise, expérimentés par l'ISEOR dans de nombreuses entreprises.

Thèmes

- L'animation de la fonction vente dans l'entreprise
- La coopération de tous les acteurs de l'entreprise tournés vers le client
- Le pilotage rénové de la performance commerciale
- L'intégration de la communication, du marketing et de la vente

Modalités

Répartition des dates :

Trois sessions de respectivement 1,5 jour, 2 jours, 2 jours à intervalle de deux mois, puis une quatrième et dernière session six mois après la troisième session. Un total de 7,5 journées réparties sur 10 mois, aboutissant à des réalisations concrètes, ainsi qu'un colloque professionnel de deux journées.

Dates du prochain stage :

Session 1 : 22 et 23 (matin) octobre 2013
Session 2 : 12 et 13 décembre 2013
Session 3 : 18 et 19 mars 2014
Session 4 : 3 et 4 juin 2014

- 7,5 journées de formation
- 2 journées de participation au colloque-séminaire annuel, en octobre ou novembre : présentation de cas de mise en oeuvre du management socio-économique et de leurs résultats, rencontre et échange avec les utilisateurs de la méthode.

* TVA 19,6%

Nombre de participants :

15 à 20 personnes par groupe.

Inscription : merci de nous retourner le bulletin d'inscription ci-joint, complété et accompagné du 1er versement de 2392 € T.T.C (2000 € H.T*)

Coût : 4000 € H.T* pour les 9,5 journées de formation (documentation, repas de midi et frais de participation au colloque inclus)

Programme

Contenu de la formation

Vendre en milieu turbulent

Les formations sont coordonnées par **H. Savall, Directeur** et **V. Zardet, Co-directrice**.

Les thèmes ci-dessous ne constituent pas un ordre des sessions de formation. En effet, différents points de différents chapitres seront traités au fil des sessions, en rapport avec la dynamique d'animation. A la fin de la formation, l'ensemble des thèmes auront été traités.

7,5 journées de formation

Analyse stratégique

- . L'environnement turbulent
- . Le « marché » comme réalité et comme fiction
- . Le marketing socio-économique interne et externe

Interagir avec le client

- . L'obsession de la qualité de service
- . Personnalisation de la vente du produit-service et spécificité des clientèles massives et des services aux industries
- . La négociation
- . Organisation socio-économique et administration des ventes / Portefeuilles de clients
- . L'outil « Produits-objectifs, produits-méthodes, produits-prestations » (POMP) des départements opérationnels et fonctionnels
- . Exploitation pertinente des Technologies de l'Information et de la Communication (TIC)

Animation de la force de vente

- . Comprendre le vendeur : conditions de travail du nomade
- . L'intégration des vendeurs
- . Politique de pépinière : susciter et faire grandir des vendeurs
- . Pédagogie interactive pour animer la force de vente
- . La formation intégrée des vendeurs (grille de compétences, plan de formation intégrée, manuel de formation intégrée)
- . Rémunération des vendeurs
- . Le Contrat d'Activité Périodiquement Négociable (CAPN) des vendeurs

La vente rentable : condition de survie-développement de l'entreprise

- . Les indicateurs de pilotage de la performance
- . Problématiques de niveaux de chiffre d'affaires et de niveaux de marge (valeur ajoutée sur coût variable, ressource réelle pour l'entreprise vs chiffre d'affaires, ressource illusoire, euphorisante et assoupissante)
- . Le contrôle de gestion socio-économique des activités commerciales

La vente, pôle structurant de l'entreprise

- . La fonction vitale de vente (f(vi)vente) / Tous vendeurs
- . Département marketing ou laboratoire commercial ?
- . La transversalité de l'organisation de la vente autour du département noyau dur et relations avec les départements environnants (R&D, marketing, logistique, S.A.V., production...)
- . Continuum vente/administration des ventes/production/logistique
- . Dispositifs de concertation et règles du jeu de coopération entre entités
- . Articulation des outils du management socio-économique avec les outils spécifiques des commerciaux

La prospective : réalité de demain

- . Veille concurrentielle décentralisée et synchronisée
- . Innovation produit-marché inimaginable
- . Théorie des fonds de commerce : menaces et opportunités d'affaires
- . Incidence de la Responsabilité Sociale de l'Entreprise (RSE) sur la vente : risques et dynamiques

Un colloque-séminaire de fin de stage (2 jours)

Prévu au mois d'octobre ou de novembre, il s'agit d'une présentation des cas de mise en oeuvre du management socio-économique et de leurs résultats au travers de témoignages. C'est l'occasion de rencontrer des utilisateurs du management socio-économique et d'échanger les expériences.

Renseignements &
inscriptions



ISEOR

ISEOR, 15 chemin du Petit-Bois
69134 Ecully Cedex - France
Tél. 33 (0)4 78 33 09 66
Fax. 33 (0)4 78 33 16 61
www.iseor.com
secretariat.general@iseor.com
Contact : Emilie Bernard ou Michelle Bonnard