

# Formation des ingénieurs d'affaires

Détecter le projet, étudier l'offre, négocier l'affaire et gérer la relation

« Les "affaires" ne sont pas des produits comme les autres. Alliage, unique et complexe, de produits, de technologies, de services ou prestations sur mesure, l'affaire se détecte très en amont chez le client, au stade d'idée puis de projet, pour se transformer en consultation, plus ou moins formalisée par un cahier des charges selon les secteurs d'activité. Une solution globale sera alors élaborée en réponse aux besoins exprimés, puis négociée avant d'être réalisée et mise en œuvre dans le temps. Les enjeux sont forts, le cycle de l'affaire est souvent long. De nombreux acteurs, chez le client comme chez le fournisseur ou encore d'autres partenaires, seront intervenus au cours de la vie de l'affaire et auront été l'interlocuteur de l'ingénieur d'affaires. Toutes ces spécificités font du métier d'ingénieur d'affaires un métier commercial pas comme les autres.

Cette formation réservée aux ingénieurs d'affaires apporte la maîtrise de 4 dimensions majeures du poste : Prospecter, Étudier et Négocier les affaires et Gérer la relation avec des interlocuteurs variés. »

## Pour qui ?

- Ingénieurs et chargés d'affaires, ingénieurs commerciaux, managers et cadres en charge du développement commercial de leur unité en France ou à l'international.
- Entreprises travaillant par affaire et commercialisant des solutions ou des services à forte valeur ajoutée : études et ingénierie, télécommunications, solutions High-tech, conception et réalisation de systèmes, SSII, BTP, prestations de services aux entreprises.

## Objectifs

- Acquérir l'ensemble des compétences commerciales clés et des comportements gagnants des ingénieurs d'affaires les plus performants :
  - développer son impact commercial et gagner en leadership ;
  - s'appuyer sur le plan d'actions commercial pour construire et développer son business au quotidien ;
  - concevoir des solutions sur mesure pertinentes et attractives ;
  - maîtriser les règles de la négociation commerciale pour gagner en rentabilité ;
  - instaurer des revues d'affaires pour mieux piloter son portefeuille client ;

## Programme

### ENGAGER ET SUIVRE UNE AFFAIRE

#### 1\_ Se positionner en amont des projets, adopter la démarche commerciale gagnante

- Engager la démarche commerciale le plus en amont du projet client : faire naître de nouvelles idées chez un client, anticiper sur le cahier des charges.
- Participer à l'élaboration des cahiers des charges.
- Optimiser son temps en se concentrant sur les projets porteurs et à potentiel :
  - qualifier les projets ("Bid/No Bid", "Go/No Go") ;
  - connaître les critères de décision et les concurrents ;
  - élaborer sa stratégie de positionnement : se différencier et présenter une solution originale et non comparable ;
  - construire les étapes du plan de travail.

#### 2\_ 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, RV) ;
  - préparer 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.
- Décrire le circuit de décision du client :
  - qualifier les acteurs ;
  - exploiter ses contacts privilégiés.

#### 3\_ Mobiliser son équipe interne autour des enjeux du client et de l'offre à élaborer

- Se positionner en chef d'orchestre, travailler en mode projet.
- Communiquer pour :
  - rédiger un mémo ;
  - expliquer, impliquer, organiser l'action ;
  - informer en continu.

### RÉUSSIR SON DÉVELOPPEMENT COMMERCIAL

#### 1\_ Optimiser sa performance commerciale par une organisation personnelle 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\_ Se fixer un cap : déterminer une stratégie commerciale et des priorités d'action

- Prendre du recul : analyser son portefeuille clients, et son positionnement chez ses clients.
- Engager les actions de prospection :
  - se fixer des objectifs ;
  - les piloter avec l'outil de suivi d'actions commerciales.
- Instaurer des revues d'affaires pour mieux développer son portefeuille client
- Fidéliser son client, préparer les prochaines affaires, obtenir des recommandations.

#### 3\_ Concevoir des solutions sur mesure "à valeur" et attractives

- Impliquer les acteurs projet chez le client dans la construction de la solution : construire une relation "partenaire".
- Structurer son offre technique et commerciale : les étapes incontournables.
- Les meilleures astuces pour rédiger une offre interactive et se démarquer de ses concurrents.
- Construire et défendre son P & L (Profit and Loss)
- Valoriser sa solution par une mise en forme attractive de ses supports de présentation.

### PRÉSENTER ET NÉGOCIER

#### DES OFFRES COMMERCIALES PROFITABLES

#### 1\_ Vendre la valeur de l'offre face à un groupe client

- Impliquer les acteurs influents chez le client dans la préparation de la réunion commerciale.
- Valoriser sa solution sur mesure en une page : l'executive summary.

- Marquer les esprits dès les premières secondes de présentation : capter l'intérêt, impliquer son auditoire.
- Établir le dialogue, susciter les questions, répondre aux objections, engager ses interlocuteurs.

#### 2\_ 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.
- Décider de sa stratégie de négociation grâce à un outil d'aide à la décision : la matrice des ressources.

#### 3\_ 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 : typologie des stratégies de négociation.
- Élaborer plusieurs scénarios en évaluant les zones d'accords possibles : la définition de l'angle tactique.
- Anticiper le rôle et les enjeux de chaque partie prenante.

#### 4\_ 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 grâce à la technique de la préfermeture.
- S'affirmer dans les situations difficiles.

## Z Les + de cette formation Z

- La formation de référence pour vendre et négocier avec succès vos affaires et maîtriser pleinement votre fonction.
- Pour préparer la formation, un dossier préliminaire est envoyé aux participants. Il comporte un bilan initial sur la perception du métier et le dossier de base du cas pédagogique utilisé lors de la première session.
- Des phases d'entraînement intensif : le stage est construit autour d'analyses de différentes situations commerciales. Les jeux de rôle sont articulés autour d'un cas "fil rouge", qui reprend les situations commerciales essentielles de la vente d'affaires. La vidéo est utilisée pour acquérir les bons réflexes.
- Une approche personnalisée pour 100 % d'opérationnalité : chacun travaille sur ses propres cas et bénéficie des conseils personnalisés du consultant expert de la vente d'affaires.
- Benchmarking ses pratiques et enrichir son réseau professionnel grâce aux échanges entre participants.
- Une formation outillée pour favoriser la mise en application dès le retour en entreprise, nous remettons à chaque participant des livrets thématiques et des pocket-cards.

## Vos animateurs...

Sont des experts en vente et négociation d'affaires. Outre leur activité de formateurs-consultants, ils interviennent régulièrement en entreprise.

# CYCLE

## 6 JOURS

Réf. 2345

138 €HT Paris  
120 €HT Régions

3040 €HT

Paris  
28 jan > 29 jan  
& 4 mars > 5 mars  
& 1 avr > 2 avr  
15 avr > 16 avr  
& 20 mai > 21 mai  
& 24 juin > 25 juin

3 juin > 4 juin  
& 1 juil > 2 juil  
& 19 août > 20 août  
22 juil > 23 juil  
& 26 août > 27 août

& 23 sep > 24 sep  
9 sep > 10 sep  
& 7 oct > 8 oct  
& 2 nov > 3 nov  
21 oct > 22 oct  
& 18 nov > 19 nov  
& 13 déc > 14 déc

Lyon  
22 avr > 23 avr  
& 27 mai > 28 mai  
& 1 juil > 2 juil  
30 sep > 1 oct  
& 28 oct > 29 oct  
& 2 déc > 3 déc

25 nov > 26 nov  
& 20 déc > 21 déc  
& 20 jan > 21 jan/11