



DÉFINIR SON POSITIONNEMENT ET ENGAGER LA DYNAMIQUE

06/09 demi-journée de lancement commune au 2 groupes

GROUPE 1 09/09 - 27/09 - 18/10 - 08/11 - 29/11 matin - 6 ou 13/12

GROUPE 2 16/09 - 04/10 - 18/10 - 18/11 - 29/11 matin - 6 ou 13/12

Inscription

DÉFINIR UNE STRATÉGIE ET UN POSITIONNEMENT COMMERCIAL

- > Construire sa démarche sous l'angle de la valeur ajoutée
- > Analyser l'environnement concurrentiel et partenarial
- > Associer ses parties prenantes
- > Caractériser les cibles
- > Définir son discours commercial
- > Organiser sa démarche de prospection sous forme de tableau de bord

ACCOMPAGNER LES ÉQUIPES ET PORTER LE CHANGEMENT

- > Comprendre les enjeux de la posture commerciale
- > Accompagner les équipes à s'engager dans une démarche de valorisation de la valeur ajoutée
- > Déconstruire les représentations collectives en mobilisant l'intelligence collective
- > Identifier les freins culturels, collectifs ou/et individuels
- > Définir les leviers de transformation
- > Déterminer un plan d'actions collectif

SE METTRE EN SITUATION, EXPÉRIMENTER, ENGAGER LA DYNAMIQUE

- > Au cours d'un ou plusieurs événements, se mettre en situation de « vente » auprès d'un « jury »
- > Participer à des temps d'expérimentation concrets et opérationnels pour accompagner le changement des pratiques internes et mesurer les effets de la posture client (gestion des échecs, réajustement, importance du suivi d'un plan d'actions réguliers)