

DÉLIBÉRATION

Conseil d'administration

Séance du 26 septembre 2023

Délibération
n° 145-2023
Point 4.8.8

Point 4.8.8 de l'ordre du jour
Intitulé Création du certificat « Vente, négociation et développement commercial » - EM Strasbourg

EXPOSE DES MOTIFS :

L'École de management de Strasbourg souhaite créer en formation continue le Certificat vente, négociation et développement commercial.

Le suivi et la validation de ce certificat portera validation et capitalisation du bloc de compétences 6 « Concevoir et/ou piloter des solutions de gestion en/de management » des Masters Management et administration des entreprises (RNCP 35916) et Management (RNCP 35917).

Cette formation en présentiel permettra aux apprenants de développer leurs compétences en vente, en négociation et en management commercial que ce soit en BtoC (vente aux particuliers) ou en BtoB (vente aux entreprises), pour la vente de produits et/ou de services, quel que soit le secteur d'activité et la taille de l'entreprise ou du centre de profit.

La formation inclut notamment un focus sur les solutions informatiques et numériques, dont l'intelligence artificielle, au service de l'optimisation des processus commerciaux. Par ailleurs, l'approche andragogique est basée sur des outils de développement personnel pour accroître les compétences relationnelles, améliorer les compétences en négociation, mieux vendre, et manager une équipe commerciale. En outre, la formation comprend un module de deux journées sur l'utilisation de l'information stratégique pour le développement commercial et des affaires.

Eligible aux financements CPF (Compte personnel de formation), cette formation fait ainsi écho aux contextes actuels dans lesquelles sont plongés les acteurs de la fonction commerciale : 1) une numérisation des processus commerciaux et le recours à l'intelligence artificielle ; 2) une nécessité toujours plus grande d'optimiser le système d'information commercial ; 3) des clients toujours plus exigeants et moins fidèles ; 4) l'impératif de savoir manager et dynamiser des équipes commerciales alors que les environnements économiques sont de plus en plus incertains.

Le tarif de cette certification, gérée par le service de formation continue (SFC) est de 3990 € par stagiaire.

Le 19 septembre 2023, la Commission de la formation et de la vie universitaire a approuvé, par 25 voix pour et 4 contre

Délibération :

Le Conseil d'administration de l'Université de Strasbourg approuve l'intitulé Création du certificat « Vente, négociation et développement commercial » - EM Strasbourg.

Résultat du vote :

Nombre de membres en exercice	37
Nombre de votants	23
Nombre de voix pour	20
Nombre de voix contre	3
Nombre d'abstentions	0
Ne participe pas au vote	0

Destinataires :

- Madame la Rectrice déléguée pour l'enseignement supérieur et de la recherche
- Direction générale des services
- Direction des finances
- Agence comptable

La présente délibération du Conseil d'administration et ses éventuelles annexes sont publiées sur le site internet de l'Université de Strasbourg.

Fait à Strasbourg, le 28 septembre 2023

La Directrice générale des services

A handwritten signature in blue ink, appearing to be 'Valérie GIBERT'.

Valérie GIBERT

Création du Certificat Vente, négociation et développement commercial

Description du certificat et du programme de formation

Les compétences visées par ce bloc de compétences 6 « Concevoir et/ou piloter des solutions de gestion en/de management des Masters Management et administration des entreprises (RNCP 35916) et Management (RNCP35917) sont les suivantes :

- Développer des politiques et pratiques propices au dynamisme de l'entreprise en concevant des solutions pour résoudre les problématiques répertoriées, en déployant des outils d'aide à la décision et en étant en capacité d'identifier et d'interpréter les indicateurs de performance (et savoir appliquer des outils adaptés) dans les différents domaines de la gestion.
- Appliquer et mettre en œuvre des politiques et pratiques de management et les outils et concepts les plus récents dans le domaine du management en général (et des techniques d'analyse et d'évaluation spécifiques à chaque fonction et savoir identifier et interpréter les indicateurs de performance dans les différents domaines de la gestion).

La maquette du certificat est présentée en Annexe 1 et la correspondance avec les blocs de compétences en Annexe 2. La formation se déroule sur 8 journées non consécutives. Elle se compose de 5 modules thématiques. Chaque module donne lieu à une production de groupe ou individuelle, évaluée par le formateur en charge de l'animation du module, sous la tutelle du responsable scientifique. Sur la base des notes attribuées pour chaque module, le certificat sera délivré aux personnes ayant obtenu une moyenne supérieure ou égale à 10. La fiche programme détaillée est fournie en Annexe 3.

Place dans l'offre de formation de l'Université

A ce jour, il n'y a aucun certificat sur la vente et le management commercial dans l'offre de formation de l'Université de Strasbourg.

Positionnement dans l'offre de formation et de certification nationale

Les organismes de formations public (e.g., SERFA), privés (e.g., Cegos) ou consulaires (CCIs) proposent des stages thématiques concernant la vente, la négociation, le développement commercial, le management commercial et le management des équipes de vente. Toutefois, ces stages très spécialisés sont généralement d'une durée de deux ou trois jours, à l'instar des formations ci-après :

- « Manager sa force de vente » (SERFA), <http://www.serfa.fr/gestion-des-hommes-et-des-organisations/vente-commercial/manager-sa-force-de-vente.html> ,
- « Négociation commerciale complexe » (Cegos), <https://www.cegos.fr/formations/commercial-ventes/negociation-commerciale-complexe> ,
- « Négociation commerciale et vente » (CCI Formation Lyon Saint Etienne Roanne), <https://www.cciformationpro.fr/formation/negociation-commerciale-et-vente-2023> .

Cependant ces formations de 2 ou 3 jours sont construites autour d'un thème spécifique (e.g., la négociation commerciale) et ne permettent pas une vision d'ensemble des pratiques professionnelles, des processus et des outils concernant la vente et le management commercial. Cette vision globale est pourtant nécessaire pour optimiser les ventes, et avant cela, le système d'information commercial.

Il existe par ailleurs une très importante offre de formations diplômantes (diplômes d'état ou universitaires) ou certifiantes (titres enregistrés au RNCP) dans les champs de vente et du management commercial. Toutefois, il s'agit de cursus longs (1, 2 ou 3 ans) en formation initiale, ou en alternance. Par exemple :

- le BUT « Techniques de commercialisation » (proposé par les Instituts Universitaires de Technologie),
- le BTS « Négociation et digitalisation de la relation client » (proposé par des lycées techniques ou professionnels, voire par des CFA, ou par des établissements privés),
- certains Masters universitaires ou certains titres de niveaux 6 et 7 (formation initiale ou alternance) relatifs à la fonction commerciale.

Notons de surcroît que dans le monde francophone, certaines institutions publiques proposent des « microprogrammes » ou des « certificats » composés de plusieurs modules thématiques. C'est le cas d'HEC Montréal, affilié à l'Université de Montréal, qui propose un certificat en vente (<https://www.hec.ca/programmes/certificats/certificat-vente-relationnelle/structure/index.html>).

Il faut noter que l'offre de formation certifiante basée sur des stages de quelques jours se développe en France. Ces stages de formation sont proposés principalement par les centres de formation des CCI. Citons à titre d'exemple le stage du Pôle Formation de la CCI du Gers. Il s'agit d'un stage de 13 jours intitulé « Prospecter et négocier une proposition commerciale ». Cette formation est composée de plusieurs modules (e.g., « prendre rendez-vous par téléphone », « argumenter efficacement pour convaincre »). Voir : <https://www.cci-formation-gers.fr/vente-relation-client-parcours-negocioiation-commerciale?&cat=4&idfiche=182> .

Proposées par les chambres consulaires, ces formations certifiantes de 5 à 15 jours montrent le développement du marché des formations de durée moyenne, i.e. supérieure à deux jours (durée classique d'un stage court). Ces stages mi-longs permettent aux apprenants de développer à la fois des *softs skills* et des *hard skills* dans un champ spécifique, comme celui de la vente et du management commercial. Il faut noter que l'EM Strasbourg jouit d'une image d'une business school, ce qui lui donne un avantage concurrentiel par rapport aux pôles formations des Chambres de Commerce et d'Industrie.

L'EM Strasbourg Business School est d'ailleurs un modèle unique de Grande École de management au sein d'une université à visibilité internationale. Les équipes de l'Ecole de Management développent au travers de leurs recherches et de leurs engagements dans les réseaux académiques des contributions intellectuelles à fort impact pour les entreprises. Ce certificat est le fruit de cette expertise.

L'école a obtenu plusieurs accréditations, labels et certifications reconnues au niveau national et international. De plus, l'EM Strasbourg est partie prenante dans une dizaine de réseaux au niveau local, national et international. L'école profite donc d'une visibilité à ces trois niveaux. Cette visibilité est renforcée par le dynamisme d'une association d'anciens élèves (EM Strasbourg Alumni) dont les membres sont actifs en France et dans le monde. Grâce à cette expertise et à ce rayonnement, l'EM Strasbourg se distingue fortement des pôles formation des CCI.

Intitulé module	Objecif	Compétences	HTD	Contenu	coef par épreuve	Modalités d'évaluation
Mieux se connaître pour mieux vendre	Utiliser le DISC pour améliorer ses performances commerciales. Accélérer ses ventes avec le DISC. Appliquer différentes méthodes de closing par profils DISC.	Cerner les enjeux de l'outil DISC dans le milieu professionnel (l'orientation de l'énergie ; les modes de perception ; les critères de décision). Reconnaître le Profil DISC des différents types prospects et clients (dans les préférences personnelles, le fonctionnement de chaque type, les atouts et les faiblesses potentielles, le chemin de développement personnel). Accélérer et optimiser ses ventes avec le DISC (s'appuyer sur le DISC pour développer son assertivité, accompagner avec pédagogie son client avec le DISC ; adapter les 4 phases progressives de la vente aux profils DISC : contacter, connaître, convaincre, conclure ; améliorer le taux de signature de ses affaires avec le DISC).	7	La découverte du modèle DISC appliqué à la vente. L'exploration des différents types de personnalités selon le DISC. L'optimisation des ventes avec le DISC.	1	Travail individuel sous forme d'analyse critique des dimensions du modèle DISC appliqué à la vente.
Négociation commerciale	Mieux se connaître pour mieux négocier et mieux vendre. Connaître son interlocuteur pour mieux négocier et mieux vendre. (Ré)Apprendre à négocier.	Identifier ce qui rend unique, ses objectifs et son approche. Mieux communiquer avec les clients. Connaître les besoins et les intérêts de l'interlocuteur. Identifier les principaux points de contact avec l'interlocuteur. Déterminer les sujets de conversation et les questions à poser pour en savoir plus sur l'interlocuteur. Comprendre et appliquer les fondamentaux de la négociation. Pratiquer la négociation avec d'autres personnes. Evaluer ses propres performances.	14	La connaissance de soi connaître. La connaissance de son interlocuteur. La négociation dans ses principes, ses outils et ses étapes.	1	Jeu de rôle en négociation commerciale avec analyse critique.
Optimisation des ventes avec les outils numériques	Acquérir une méthodologie pour aborder la vente et la négociation sereinement avec l'utilisation de nouveaux outils et processus numériques (social selling, CRM, intelligence artificielle) permettant une meilleure exploitation de l'information stratégique et commerciale.	Connaître et appliquer les principes du social selling. Formuler des objectifs, des besoins et des attentes de l'entreprise en matière de Relation Clients avant de « penser CRM ». Restituer des parcours clients existants et l'identification des moments de vérité de la Relation Clients. Connaître et utiliser les principales fonctionnalités d'un CRM liées à la base de données clients (bien renseigner son CRM ; optimiser son cycle de vente ; optimiser ses rappels). Connaître et appliquer les meilleures pratiques pour l'utilisation d'un CRM (gérer les interactions avec les clients et les prospects ; générer des leads et les convertir en clients ; gérer les campagnes marketing et les promotions ; gérer les relations avec les clients existants). Intégrer l'intelligence artificielle dans la Vente et la Relation Client.	14	Les principes du social selling. Le diagnostic avant l'implémentation d'un CRM. Les principales fonctionnalités d'un CRM. Les meilleures pratiques pour l'utilisation d'un CRM. L'intelligence artificielle (IA) dans la Vente et dans la Gestion de la Relation Client.	1	Analyse individuelle approfondie d'un exercice opérationnel autour de l'utilisation d'un CRM.
Mieux se connaître pour mieux manager une équipe commerciale	Découvrir son fonctionnement, le fonctionnement de ses collègues et de ses équipes avec la méthode DISC. Comprendre les motivations de chacun et fluidifier la communication et les relations interpersonnelles. Mieux comprendre les autres et communiquer plus efficacement. Dynamiser les performances individuelles et collectives et l'efficacité de chacun dans l'entreprise.	Reconnaître le Profil DISC des différents types de collaborateurs dans les préférences personnelles, le fonctionnement de chaque type, les atouts et les faiblesses potentielles, le chemin de développement personnel. Comprendre ce qui anime mon interlocuteur (ce qui le dynamise ; comment il traite l'information ; comment il décide ; son mode préférentiel de communication). Développer son efficacité relationnelle. Valoriser les différences individuelles. Utiliser ces différences de manière constructive. Optimiser son style de management. Appliquer le modèle aux situations difficiles. Appliquer le modèle au fonctionnement de son équipe.	7	La découverte du modèle DISC appliqué au management d'une équipe commerciale. L'exploration des différents types de personnalités des vendeurs selon le DISC. La compréhension du type de personnalité d'un interlocuteur en situation managériale. Le développement de l'efficacité relationnelle.	1	Travail individuel sous forme d'analyse critique des dimensions du modèle DISC appliqué au management d'une équipe commerciale.
Intelligence économique et développement d'affaires	Donner une méthodologie et des outils pour enclencher auprès des managers une démarche permettant une meilleure exploitation de l'information commerciale et stratégique.	Mettre en place une meilleure utilisation de l'information commerciale et stratégique. Cartographier le besoin informationnel. Créer et manager un plan de renseignement. Mettre en place une veille sur la base de sources pertinentes. Analyser et diffuser l'information. Faire un diagnostic de sûreté économique. Maîtriser la due intelligence. Identifier des opérateurs de confiance. Gérer les relations avec les acteurs du projet.	14	Le cadre de référence, les valeurs, le leadership. La cartographie du besoin informationnel. Le plan de renseignement et son management. La veille push/pull, les sources du renseignement commercial et économique. La criticité des sources. L'analyse et la diffusion de l'information. Le diagnostic de sûreté économique. La légitimité, la zone de tolérance. Les acteurs projet. La manipulation et la propagande. La due intelligence, la réputation, l'opérateur de confiance.	1	Travail sur un cas d'entreprise avec analyse critique.

Tableau de correspondance entre les compétences du Certificat "Vente, négociation et développement commercial" et celles du bloc 6 du "MASTER - Management et administration des entreprises" (RNCP35916BC06) ainsi que celles du bloc 6 du "MASTER - Management / Parcours Ingénierie d'affaires" (RNCP35917BC06)

Module	Objectif	Compétences	Contenu des blocs de compétences	
			Fiche RNCP35916 BC06 - Concevoir et/ou piloter des solutions de gestion en management et administration des entreprises	
			Développer des politiques et pratiques propices au dynamisme de l'entreprise en concevant des solutions pour résoudre les problématiques, en déployant des outils d'aide à la décision et en étant en capacité d'identifier et d'interpréter les indicateurs de performance dans les différents domaines de la gestion	Appliquer et mettre en œuvre des politiques et pratiques de management et les outils et concepts les plus récents dans le domaine du management en général
			Fiche RNCP35917 BC06 - Concevoir et/ou piloter des solutions de gestion de management	
			Développer des politiques et pratiques propices au dynamisme de l'entreprise en concevant des solutions pour résoudre les problématiques repérées et savoir appliquer des outils adaptés dans les différents domaines de la gestion	Appliquer et mettre en œuvre des politiques et pratiques de management, des techniques d'analyse et d'évaluation spécifiques à chaque fonction (contrôle de gestion, GRH, marketing, contrôle, entrepreneuriat, supply chain, management de projet) et savoir identifier et interpréter les indicateurs de performance dans les différents domaines de la gestion
Mieux se connaître pour mieux vendre	Utiliser le DISC pour améliorer ses performances commerciales. Accélérer ses ventes avec le DISC. Appliquer différentes méthodes de closing par profils DISC.	Cerner les enjeux de l'outil DISC dans le milieu professionnel (l'orientation de l'énergie ; les modes de perception ; les critères de décision). Reconnaître le Profil DISC des différents types prospects et clients dans (les préférences personnelles, le fonctionnement de chaque type, les atouts et les faiblesses potentielles, le chemin de développement personnel). Accélérer et optimiser ses ventes avec le DISC (s'appuyer sur le DISC pour développer son assertivité, accompagner avec pédagogie son client avec le DISC ; adapter les 4 phases progressives de la vente aux profils DISC : contacter, connaître, convaincre, conclure ; améliorer le taux de signature de ses affaires avec le DISC).	Traitement avancé de la compétence	Traitement partiel de la compétence
Négociation commerciale	Mieux se connaître pour mieux négocier et mieux vendre. Connaître son interlocuteur pour mieux négocier et mieux vendre. (Ré)Apprendre à négocier.	Identifier ce qui rend unique, ses objectifs et son approche. Mieux communiquer avec les clients. Connaître les besoins et les intérêts de l'interlocuteur. Identifier les principaux points de contact avec l'interlocuteur. Déterminer les sujets de conversation et les questions à poser pour en savoir plus sur l'interlocuteur. Comprendre et appliquer les fondamentaux de la négociation. Pratiquer la négociation avec d'autres personnes. Evaluer ses propres performances.	Traitement avancé de la compétence	Traitement partiel de la compétence
Optimisation des ventes avec les outils numériques	Acquérir une méthodologie pour aborder la vente et la négociation sereinement avec l'utilisation de nouveaux outils et processus numériques (social selling, CRM, intelligence artificielle) permettant une meilleure exploitation de l'information stratégique et commerciale.	Connaître et appliquer les principes du social selling. Formuler des objectifs, des besoins et des attentes de l'entreprise en matière de Relation Clients avant de « penser CRM ». Restituer des parcours clients existants et l'identification des moments de vérité de la Relation Clients. Connaître et utiliser les principales fonctionnalités d'un CRM liées à la base de données clients (bien renseigner son CRM ; optimiser son cycle de vente ; optimiser ses rappels). Connaître et appliquer les meilleures pratiques pour l'utilisation d'un CRM (gérer les interactions avec les clients et les prospects ; générer des leads et les convertir en clients ; gérer les campagnes marketing et les promotions ; gérer les relations avec les clients existants). Intégrer l'intelligence artificielle dans la Vente et la Relation Client.	Traitement avancé de la compétence	Traitement avancé de la compétence

Module	Objectif	Compétences	Contenu des blocs de compétences	
			Fiche RNCP35916 BC06 - Concevoir et/ou piloter des solutions de gestion en management et administration des entreprises	
			Développer des politiques et pratiques propices au dynamisme de l'entreprise en concevant des solutions pour résoudre les problématique, en déployant des outils d'aide à la décision et en étant en capacité d'identifier et d'interpréter les indicateurs de performance dans les différents domaines de la gestion	Appliquer et mettre en œuvre des politiques et pratiques de management et les outils et concepts les plus récents dans le domaine du management en général
			Fiche RNCP35917 BC06 - Concevoir et/ou piloter des solutions de gestion de management	
			Développer des politiques et pratiques propices au dynamisme de l'entreprise en concevant des solutions pour résoudre les problématiques repérées et savoir appliquer des outils adaptés dans les différents domaines de la gestion	Appliquer et mettre en œuvre des politiques et pratiques de management, des techniques d'analyse et d'évaluation spécifiques à chaque fonction (contrôle de gestion, GRH, marketing, contrôle, entrepreneuriat, supply chain, management de projet) et savoir identifier et interpréter les indicateurs de performance dans les différents domaines de la gestion
Mieux se connaître pour mieux manager une équipe commerciale	Découvrir son fonctionnement, le fonctionnement de ses collègues et de ses équipes avec la méthode DISC. Comprendre les motivations de chacun et fluidifier la communication et les relations interpersonnelles. Mieux comprendre les autres et communiquer plus efficacement. Dynamiser les performances individuelles et collectives et l'efficacité de chacun dans l'entreprise.	Cerner les enjeux de l'outil DISC dans le milieu professionnel (l'orientation de l'énergie ; les modes de perception ; les critères de décision). Utiliser des jeux pédagogiques (physiques et digitaux) pour expérimenter le modèle. Reconnaître le Profil DISC des différents types de collaborateurs dans les préférences personnelles, le fonctionnement de chaque type, les atouts et les faiblesses potentielles, le chemin de développement personnel. Comprendre ce qui anime mon interlocuteur (ce qui le dynamise ; comment il traite l'information ; comment il décide ; son mode préférentiel de communication). Développer son efficacité relationnelle. Valoriser les différences individuelles. Utiliser ces différences de manière constructive. Optimiser son style de management. Appliquer le modèle aux situations difficiles. Appliquer le modèle au fonctionnement de son équipe.	Traitement avancé de la compétence	Traitement avancé de la compétence
Intelligence économique et développement d'affaires	Donner une méthodologie et des outils pour enclencher auprès des managers une démarche permettant une meilleure exploitation de l'information commerciale et stratégique.	Mettre en place une meilleure utilisation de l'information commerciale et stratégique. Cartographier le besoin informationnel. Créer et manager un plan de renseignement. Mettre en place une veille sur la base de sources pertinentes. Analyser et diffuser l'information. Faire un diagnostic de sûreté économique. Maîtriser la due intelligence. Identifier des opérateurs de confiance. Gérer les relations avec les acteurs du projet.	Traitement avancé de la compétence	Traitement partiel de la compétence



Certificat Vente, négociation et développement commercial

PERSONNES CONCERNÉES

La formation est destinée aux personnes désirant développer leurs compétences en vente, en négociation et en management commercial que ce soit en BtoC ou en BtoB, pour la vente de produits et/ou de services, quel que soit le secteur d'activité et la taille de l'entreprise ou du centre de profit.

CONDITIONS D'ACCÈS ET PRÉ-REQUIS

La participation à cette formation ne nécessite pas de prérequis spécifiques au regard du public auquel elle s'adresse. La sélection se fera sur dossier et sur entretien de motivation.

POINTS FORTS DE LA FORMATION

- > Cinq modules thématiques conçus et animés par des enseignants-chercheurs et des formateurs-consultants de l'EM Strasbourg, la business school de l'université de Strasbourg.
- > Un focus sur les solutions informatiques et numériques, dont l'intelligence artificielle, au service de l'optimisation des processus commerciaux.
- > Une approche basée sur des outils de développement personnel pour développer ses compétences relationnelles, améliorer ses compétences en négociation, mieux vendre, et manager une équipe commerciale.
- > Deux journées spéciales sur l'utilisation de l'information stratégique pour le développement commercial et des affaires.

COMPÉTENCES À L'ISSUE DE LA FORMATION

- > Appliquer la méthode DISC au fonctionnement de son équipe commerciale et plus généralement au management des équipes.
- > Optimiser son style de management.
- > Optimiser et accélérer ses ventes avec la méthode DISC.
- > Identifier les besoins et les intérêts de ses interlocuteurs.
- > Mieux communiquer avec ses clients.
- > Comprendre et appliquer les fondamentaux de la négociation.
- > Formuler les objectifs, les besoins et les attentes de l'entreprise en matière de relation client.
- > Restituer les parcours clients existants et l'identification des moments de vérité de la relation client.
- > Connaître et utiliser les principales fonctionnalités d'un CRM liées à la base de données client.
- > Connaître et appliquer les meilleures pratiques pour l'utilisation d'un CRM.
- > Intégrer l'intelligence artificielle (IA) dans la vente et la relation client.
- > Connaître et appliquer les principes du social selling.
- > Mettre en place une meilleure utilisation de l'information commerciale et stratégique.
- > Cartographier le besoin informationnel.
- > Implémenter des processus de veille sur la base de sources pertinentes.
- > Analyser et optimiser l'utilisation de l'information.
- > Maîtriser la due intelligence pour sécuriser les transactions commerciales.

PROGRAMME

Le programme se compose de cinq modules thématiques :

MODULE 1 : Mieux se connaître pour mieux vendre (1 jour)

- > La découverte du modèle DISC appliqué à la vente.
- > L'exploration des différents types de personnalités selon le DISC.
- > L'optimisation des ventes avec le DISC.

MODULE 2 : Négociation commerciale (2 jours)

- > La connaissance de soi pour mieux négocier et mieux vendre.
- > La connaissance de son interlocuteur.
- > La négociation dans ses principes, ses outils et ses étapes.

MODULE 3 : Optimisation des ventes avec les outils numériques (2 jours)

- > Les principes du social selling.
- > Le diagnostic avant l'implémentation d'une solution numérique de gestion de la relation client.
- > Les principales fonctionnalités d'un CRM.
- > Les meilleures pratiques pour l'utilisation d'un CRM.
- > L'intelligence artificielle (IA) dans la vente et dans la gestion de la relation client.

MODULE 4 : Mieux se connaître pour manager une équipe commerciale (1 jour)

- > Le modèle DISC appliqué au management d'une équipe commerciale.
- > L'exploration des différents types de personnalités des vendeurs selon le DISC.
- > La compréhension du type de personnalité d'un interlocuteur en situation managériale.
- > Le développement de l'efficacité relationnelle.

MODULE 5 : Intelligence économique et développement d'affaires (2 jours)

- > La cartographie du besoin informationnel et le plan de renseignement.
- > La veille push/pull, les sources du renseignement commercial et économique.
- > L'analyse et la diffusion de l'information.
- > Le diagnostic de sûreté économique.
- > La due intelligence.

En fin de formation : débriefing de la formation et remise du certificat.

MÉTHODES PÉDAGOGIQUES

Pédagogie participative et active : exposés participatifs, échanges de pratiques, témoignages, jeux de rôle, applications d'outils de diagnostic, travaux pratiques individuels et en groupe favorisant la réflexivité. Chaque module de formation donne lieu à une production individuelle ou de groupe. Moyens pédagogiques utilisés et mis à disposition des stagiaires : supports numériques (présentations Powerpoint, vidéos d'illustration, etc.) et supports papier (étude de cas, etc.).

CONTRÔLE DES CONNAISSANCES

Chaque module de formation donne lieu à une production de groupe ou individuelle avec une notation. Le certificat sera délivré aux personnes ayant obtenu une moyenne supérieure ou égale à dix calculée sur la base d'une note par module.

RESPONSABLE SCIENTIFIQUE

M. Michel KLEIN, docteur en sciences de gestion, enseignant-chercheur, EM Strasbourg. Membre du Laboratoire HUMANIS.

ANIMATION

Les intervenants sont des enseignants-chercheurs et des formateurs-consultants de l'EM Strasbourg. Anciens cadres d'entreprises, ils profitent d'une expérience professionnelle en vente et en management commercial.

CERTIFICATION

Durée : 8 jours (56 heures)

Session 1 du 16 février au 2 avril 2024

Référence : SGY24-1575A

- > Module 1 : 20 février
- > Module 2 : 11 et 12 mars
- > Module 3 : 25 et 26 mars
- > Module 4 : 2 avril
- > Module 5 : 16 et 23 fév.

Session 2 du 3 octobre au 20 décembre 2024

Référence : SGY24-1575B

- > Module 1 : 19 décembre
- > Module 2 : 14 et 15 oct.
- > Module 3 : 11 et 12 nov.
- > Module 4 : 20 décembre
- > Module 5 : 3 et 4 octobre

Tarif

3990 €

Lieu

Ecole de Management
Strasbourg
61 Avenue de la Forêt Noire
67085 Strasbourg Cedex

Renseignements et inscriptions

Sophie GUY
Tél : 03 68 85 49 92
Sauf les vendredis
s.guy@unistra.fr

Nature et sanction de la formation

Cette formation constitue une action d'adaptation et de développement des compétences. Elle permet l'obtention d'un certificat et la validation du bloc de compétences numéro 6 de la certification RNCP 35916 (Master Management et administration des entreprises) et du bloc de compétences numéro 6 de la certification RNCP 35917 (Master Ingénierie d'affaires - parcours de la mention Management) sous réserve de satisfaire aux modalités d'évaluation des connaissances et des compétences qui sont portées à la connaissance des stagiaires. La formation donne également lieu à la délivrance d'une attestation de participation. Une évaluation en fin de formation permet de mesurer la satisfaction des stagiaires ainsi que l'atteinte des objectifs de formation (connaissances, compétences, adhésion, confiance) selon les niveaux 1 et 2 du modèle d'évaluation de l'efficacité des formations Kirkpatrick.