



co.construire®

Collective Commercial Power
In Complex Fields

Catalogue formation

9 modules couvrants l'action et le management commercial dans les environnements complexes

Enjeux – Besoins - Programme – Objectifs - Pédagogie



La certification qualité a été délivrée
au titre de la catégorie d'action suivante :
Actions de formation

Retrouvez-nous sur le blog des business complexes : <https://www.complex-business.club/>

Et sur www.co-construire.com

Co.CONSTRUIRE® aide les entreprises B2B opérant dans des domaines complexes à franchir un cap de puissance commerciale.

Nous délivrons des formations sur mesure, construits sur la base de 9 modules de formation. Chaque module couvre un grand facteur de succès commercial sur les business à haute valeur.

- 1 | **Prospecter à haute valeur**
Accéder aux dirigeants et déclencher avec eux des nouvelles affaires
- 2 | **Vendre en amont des appels d'offres**
Fondamentaux - Vente à haute valeur en environnement complexe
- 3 | **Rédiger pour embarquer – Offres commerciales**
Valoriser & différencier votre offre
- 4 | **Mener des soutenances à impact**
A la fois créer le « show » et apporter les arguments rationnels décisifs et rémanents
- 5 | **Entretien business orienté valeur**
Interagir pour embarquer vos interlocuteurs, clients, interne, partenaires
- 6 | **Négociation commerciale**
Faire reconnaître votre valeur. Entre coopération et maîtrise des rapports de forces
- 7 | **Global & Strategic Account Management**
Maîtriser l'action interne et externe pour être reconnu comme partenaire stratégique
- 8 | **Manager les équipes commerciales**
Piloter et coacher le F.E.E : Focus, l'Energie et l'Effcience, cohérent avec votre stratégie
- 9 | **Leadership Business complexes**
Embarquer des parties prenantes libres et fortes • Internes et Partenaires

1 | Prospecter à haute valeur

Acquérir les clés pour affirmer votre légitimité et donner envie au décideur de co-construire avec vous



Enjeux – Accéder aux décideurs et entrer dans leur cercle de confiance est une clé majeure pour exister chez vos clients et vos partenaires

Etre connecté à des décideurs de haut niveau est un levier indispensable pour asseoir votre légitimité et votre leadership, à la fois chez votre client et en interne de votre entreprise. Et Prospecter dans le bon sens est une clé de la concrétisation de la stratégie commerciale.

Mais la prospection vers les décideurs à haute valeur demande des interactions spécifiques, plus orientées sur les enjeux plutôt que sur des besoins, que les décideurs confient à leurs équipes en dessous.

Ces décideurs sont exigeants et souvent plus ouverts qu'on peut le croire. Mais ils disposent de peu de temps et détectent immédiatement le niveau du « prospecteur ».



Programme et objectifs détaillés

Qu'est ce que la prospection « à haute valeur » ?

- Pourquoi accéder aux décideurs de haut niveau est une clé incontournable du business à haute valeur
- Comprendre le monde des décideurs de haut niveau : leurs contraintes, leurs différents systèmes de valeur, leurs rapports au temps, entre le court et long terme
- Quand accéder aux décideurs ? Comprendre leur « cycle de vie » : prise de fonction, action, maturité, puis focus sur la trace qu'ils laisseront.
- Pourquoi ont-ils besoin de voir leurs fournisseurs pour réussir ?

Préparer et agir avec Energie et dans le bon sens, cohérent avec votre stratégie

- Préparation et action, maîtriser le « F.E.E » de prospection
- Focus : Prospecter à haut niveau, avec quelles offres ?
- Energie : comment prendre et maintenir un rythme intense dans l'adversité ?
- Efficience : quelle qualité d'interaction « prospection à haute valeur » auprès de décideurs qui ne s'occupent pas des « besoins techniques » ?
- Appréhender le « mind set » de la prospection à haute valeur ajoutée : confiance en soi et en son entreprise, authenticité, crédit a priori positif sur l'interlocuteur
- Quels canaux : Téléphone, mail, réseaux sociaux, événements ... Soyez humains dans un monde IA, digitalisé.

Communiquer à l'oral et l'écrit avec les décideurs à haute valeur

- Réussir, c'est d'abord préparer et se préparer. Mais préparer quoi ?
- Quelle différence entre une prospection orientée « Besoin » et une prospection orientée « enjeux »
- Etre présent et faire que l'interlocuteur soit véritablement présent au téléphone
- Structure I.L.I.C.O – Identité / Lien humain – Intérêt et valeur potentielle pour le prospect / Crédibilité / Objectif
- Maîtriser l'écrit de prospection haute valeur (mail réseau Sociaux)

Engagement de chaque participant sur un plan d'action et de progrès



Durée : 2 jours / 14h



Besoins individuels

- Acquérir des réflexes de prospection à haut niveau
- Acquérir les comportements légitimes auprès des décideurs à haute valeur
- Savoir préparer et agir
- Renforcer la puissance de prospection
- Renforcer les compétences et le mental



Besoins entreprise

- Créer une force « new biz » cohérente avec la stratégie de l'entreprise
- Générer l'ambition partagée d'agir à plus haut niveau et mobiliser les équipes
- Augmenter votre niveau de présence et d'impact chez vos clients
- Favoriser la co-construction avec le client et en interne
- Acquérir un langage partagé qui renforce la performance collective



Public et prérequis

- Evalué en entrée de session
- Commerciaux, Managers Business, GAM, responsables technique orientés business



Méthode animation

- Un animateur expérimenté sur le développement business à haute valeur
- Des méthodes dédiées au monde des consultants, en situation complexes
- Processus d'animation A.R.E ® : Alerte, Réflexion, Entraînement : 2/3 action, 1/3 réflexion qui embarque chaque participant et permet une acquisition rapide et durable des compétences : challenge, motivation, exigence, expérience, plaisir
- Business cases sur le métier concret des participants



Evaluation progrès et plan d'action personnel

- Evaluations intermédiaires et en fin de session
- Auto-évaluation et par Co.CONSTRUIRE®
- Engagement sur un plan d'actions personnel

2 | Vendre en amont des appels d'offres

Fondamentaux - Vente à haute valeur en environnement complexe



Enjeux - Sécuriser les affaires stratégiques tout en maîtrisant vos investissements d'avant-vente

Les affaires majeures structurent votre assiette business et contribuent fortement à votre image sur le marché.

Sur de nouvelles affaires, c'est la croissance du chiffre d'affaires et la mobilisation de vos équipes qui sont en jeu. Sur des reconductions de grands contrats, en cas de perte, le coût financier, voire social peut être élevé.

Mais vos concurrents sont aussi déterminés que vous. Il faudra travailler en amont pour apporter la meilleure valeur ajoutée, travailler en équipes, et rester au contact du client sur un cycle de vente qui sera probablement long.



Programme et objectifs détaillés

Vision globale du cycle de vente « Valeur » en 5 étapes clés

- Créer la vision projet | Co-spécifier les besoins | Co-crée la solution | Valoriser et différencier l'offre | Négocier

Savoir créer la vision projet : co-déclencher des projets avec les bons interlocuteurs au plus haut niveau

- Accéder et interagir à haut niveau : le « DD » - Décideur Déclencheur.
- Acquérir rapidement la légitimité suffisante pour que le décideur s'exprime en confiance. Savoir l'écouter avec discernement.
- Détecter ses ambitions stratégiques, ses priorités (enjeux | difficultés).
- Co-construire la vision d'un projet prioritaire pour lui et qui correspond à votre identité et vos forces.

Embarquer un écosystème complexe d'acteurs (client, interne et partenaire) pour co-spécifier un cahier des charges

- Maîtriser la stratégie des alliés.
- Maîtriser les freins et les facteurs de succès des co-constructions complexes.

Concevoir une solution optimisée et alignée sur les enjeux et les besoins des clients

- Savoir convaincre le client de s'impliquer dans votre conception de la solution.
- Savoir estimer les ratios « valeur / coût » des composants de solution.

Sensibilisation : propositions commerciales et soutenances impactantes

Savoir déclencher une négociation co-constructive

Engagement de chaque participant sur un plan d'action et de progrès



Durée : 2 jours / 14h



Besoins individuels

- Savoir interagir avec des décideurs majeurs en amont des appels d'offre
- Savoir générer une relation de confiance rapidement
- Renforcer son leadership et mobiliser des équipes internes et des partenaires hétérogènes



Besoins entreprise

- Vendre des prestations à haute valeur
- Motiver et créer le changement de posture pour vendre en équipe à haut niveau
- Acquérir un langage partagé qui renforce la performance collective
- Favoriser la co-construction avec le client et en interne



Public et prérequis

- Evalué en entrée de session
- Responsables commerciaux et techniques : projets, avant-vente, direction commerciale et opérationnelle, GAM
- Expérience de développement business B2B ou management



Méthode animation

- Un animateur expérimenté sur le développement business à haute valeur ajoutée
- Des méthodes dédiées au monde des consultants, en environnements complexes et changeants
- Une animation 2/3 action, 1/3 réflexion qui embarque chaque participant et permet une acquisition rapide et durable des compétences : challenge, motivation, exigence, expérience, plaisir
- Processus A.R.E ® : Alerte, Réflexion, Entraînement
- Business cases sur le métier concret des participants
- Un engagement de chacun sur un plan d'action personnel



Evaluation progrès et plan d'action personnel

- Evaluations intermédiaires et en fin de session
- Auto-évaluation et par Co.CONSTRUIRE®
- Engagement sur un plan d'actions personnel

3 | Rédiger pour embarquer – Offres commerciales

Valoriser & différencier votre offre

Proposition Commerciale • Executive Summary • Supports de Soutenance



Enjeux - L'expression écrite de votre offre traduit votre valeur et conditionne votre sélection pour la compétition finale

La puissance de la proposition commerciale joue fortement sur les ratios de vente et contribue à plus de 35% de la décision de votre client. La clarification de votre valeur ajoutée permet de mieux défendre vos prix et donc vos marges.

De plus, l'ensemble de vos propositions commerciales créé en partie l'image de votre société et sa valeur (combien d'offres envoyez-vous par an ?).

Votre défi : rédiger pour embarquer vos lecteurs, c'est à dire valoriser et différencier votre offre.

Mais, concevoir des propositions personnalisées tout en conservant une bonne industrialisation de la rédaction est difficile, en particulier sur les propositions complexes rédigées en équipe.



Programme et objectifs détaillés

Mesurer l'importance de la proposition et de l'expression écrite dans le processus de vente

La rédaction des offres commerciales : un changement de posture nécessaire

- De la rédaction descriptive à la rédaction différenciante et valorisante.
- Comment diagnostiquer une proposition en 3 minutes ?

Comment articuler tous les documents utiles ?

- Lettre d'engagement, note d'intention stratégique, executive summary, proposition détaillée, annexes, support de soutenance.
- Structurer la proposition détaillée et l'executive summary.

Maîtriser l'expression « sensée »

- Maîtriser le StoryWriting et adopter le bon chemin de conviction.
- Savoir rédiger des titres puissants.
- Rédiger en MFPF : Messages Forts | Points Factuels.

Entraînement sur chaque chapitre clé

- Page de garde - savoir rédiger la vision : Promesse de Valeur | Levier Stratégique.
- Enjeux et facteurs clé de succès : savoir exprimer une problématique.
- Rédiger une synthèse flash de la valeur ajoutée de l'offre.
- Votre société : passer de la description à la légitimation.
- Valoriser et différencier votre solution, démarche et gouvernance.
- Valoriser l'investissement.

Engagement de chaque participant sur un plan d'action et de progrès



Durée : 2 jours / 14h



Besoins individuels

- Savoir rédiger pour embarquer les lecteurs
- Maîtriser la rédaction de l'Executive summary
- Savoir rédiger en équipe
- Savoir créer un marketing d'affaire haut de gamme



Besoins entreprise

- Augmenter significativement le ratio de gain d'affaires
- Favoriser la co-construction en interne
- Adopter un langage et une méthode de rédaction partagés
- Faire des propositions commerciales un levier marketing complémentaire
- Optimiser la charge de rédaction
- Motiver et mobiliser les équipes



Public et prérequis

- Evalué en entrée de session
- Tous les acteurs impliqués dans la conception de l'offre commerciale : responsables techniques, avant-vente et responsables commerciaux



Méthode animation

- Un animateur expérimenté sur le développement business à haute valeur
- Des méthodes dédiées au monde des consultants, en situation complexes
- Processus d'animation A.R.E.® : Alerte, Réflexion, Entraînement : 2/3 action, 1/3 réflexion qui embarque chaque participant et permet une acquisition rapide et durable des compétences : challenge, motivation, exigence, expérience, plaisir
- Business cases sur le métier concret des participants



Evaluation progrès et plan d'action personnel

- Evaluations intermédiaires et en fin de session
- Auto-évaluation et par Co.CONSTRUIRE®
- Engagement sur un plan d'actions personnel

4 | Mener des soutenances à impact

Créer le « show » en équipe tout en apportant les arguments rationnels décisifs et rémanents



Enjeux - Aucune affaire ne se gagne sans un oral réussi et vous n'aurez qu'une seule chance !

L'oral est « LE » moment qui influence la décision finale. Une soutenance parfaite peut même rattraper une avant-vente médiocre. C'est le moment où votre client concrétise la crédibilité et la valeur de votre société et de vos équipes.

C'est aussi l'aboutissement d'un effort couteux et intense en avant-vente.

Pourtant, malgré l'enjeu, le manque d'anticipation face à des délais trop courts et le manque de puissance à l'oral réduisent les chances de succès.



Programme et objectifs détaillés

Un oral sous haute tension

- Un poids élevé dans la décision finale du client.
- Un moment de forte compétition qui accentue l'exigence du client.

Les slides de présentation : un support pour vous, un impact pour l'auditoire

- Maîtriser ce qu'est un look and feel haut de gamme.
- Savoir concevoir des titres puissants et un chemin de conviction.
- Maîtriser la rédaction MFPP : Message Fort | Points Factuels.

Au-delà des slides, se préparer à l'événement, vraiment...

- Un casting gagnant : l'équipe utile et crédible, avec la volonté de gagner. Comment coacher les experts les moins à l'aise à l'oral ?
- Préparer : la coordination de l'équipe face aux imprévus, anticipation des objections, le « plan de table », la logistique, le marketing d'affaire, etc.
- S'entraîner, effectuer des vraies simulations en conditions réelles.

Réussir son entrée : tour de table valorisant et lancement leader

S'exprimer à l'oral pour embarquer l'auditoire

- Acquérir de la congruence forme-fond pour s'exprimer avec puissance.
- Savoir s'exprimer à l'oral en Messages Forts | Points Factuels (MFPP).
- Savoir captiver l'auditoire en racontant une histoire.

Créer et réussir les moments d'interaction

- Détecter en early warning les signaux de désintérêt ou de désaccord.
- Faire de l'objection une opportunité pour co-construire.
- Gérer les attitudes provocatrices.

Engager l'action commune et conserver une dynamique de co-construction Réussir sa sortie

Engagement de chaque participant sur un plan d'action et de progrès



Durée : 2 jours / 14h



Besoins individuels

- Faire que le client vive une expérience unique
- Prendre l'habitude de préparer l'oral
- S'exprimer avec puissance
- Maîtriser les objections en équipe
- Créer rapidement des slides impactants



Besoins entreprise

- Augmenter significativement le ratio de gain d'affaires
- Marquer vos clients durablement
- Fédérer les équipes autour de moments forts et à enjeu élevé
- Acquérir un langage partagé qui renforce la performance collective
- Renforcer le sentiment d'appartenance à l'entreprise
- Motiver et mobiliser les équipes



Public et prérequis

- Evalué en entrée de session
- Tous les acteurs impliqués dans la conception de l'offre commerciale : responsables techniques, avant-vente et responsables commerciaux



Méthode animation

- Un animateur expérimenté sur le développement business à haute valeur
- Des méthodes dédiées au monde des consultants, en situation complexes
- Processus d'animation A.R.E.® : Alerte, Réflexion, Entraînement : 2/3 action, 1/3 réflexion qui embarque chaque participant et permet une acquisition rapide et durable des compétences : challenge, motivation, exigence, expérience, plaisir
- Business cases sur le métier concret des participants



Evaluation progrès et plan d'action personnel

- Evaluations intermédiaires et en fin de session
- Auto-évaluation et par Co.CONSTRUIRE®
- Engagement sur un plan d'actions personnel

5 | Entretien business : interagir pour embarquer vos interlocuteurs, clients, interne, partenaires

Créer la co-construction pour convaincre vos clients et vendre en interne



Enjeux - Votre capacité à embarquer vos interlocuteurs est déterminante pour gagner des affaires majeures

Gagner des affaires majeures exige de savoir mobiliser un écosystème complexe d'acteurs : clients, interne de votre entreprise et partenaires, à toutes les étapes du cycle vente.

Pour cela, convaincre durablement et installer la confiance rapidement avec chacun de ces acteurs, en premier lieu le client, sera un facteur clé du succès de la vente.

Les difficultés ? Amener votre interlocuteur à exprimer ses véritables motivations et contraintes. S'exprimer pour l'embarquer et faire vraiment équipe avec lui.



Programme et objectifs détaillés

Réussir son entrée

- Maîtriser l'impact de la communication non verbale sur le client.
- Réussir une synchronisation parfaite pour ouvrir la communication.

Réussir un lancement A.L.O

- Créer l'Attention | Démontrer sa Légitimité | Co-définir un Objectif d'entretien.

Comprendre finement l'interlocuteur : 1ère étape du « VOUS-JE-NOUS »

- Amener le client à s'exprimer de façon transparente.
- Savoir écouter : ses ambitions, enjeux business, difficultés, besoins.
- Créer la bonne trajectoire de questionnement et éviter l'interrogatoire : StoryListening, rebonds, maîtrise des silences, réactions percutantes.
- Maîtriser l'articulation entre questions de sens et questions de faits.

Proposer en donnant du sens : 2ème étape du « VOUS-JE-NOUS »

- Influencer en posant des questions.
- Proposer des idées qui font sens pour l'interlocuteur et pour le projet
- Oser proposer des idées ambitieuses.

Crédibiliser, différencier et valoriser vos propositions.

Faire émerger un « nous » et co-construire : 3ème étape du « VOUS-JE-NOUS »

- Faire émerger du sens fort et partagé, traiter les objections, négocier.
- Co-construire : des actions pour lui, pour vous-même et pour vous deux.

Réussir sa sortie

Engagement de chaque participant sur un plan d'action et de progrès



Durée : 2 jours / 14h



Besoins individuels

- Savoir convaincre
- Savoir créer des alliances durables
- Maîtriser la vente en interne
- Réussir à créer la confiance plus vite que les concurrents
- Renforcer son leadership



Besoins entreprise

- Faire que tous les acteurs de la relations clients adoptent des comportements communs
- Fluidifier les interactions en interne entre les acteurs de la vente
- Faciliter la vente en tandem
- Favoriser la co-construction avec le client et en interne
- Motiver et mobiliser les équipes
- Acquérir un langage partagé qui renforce la performance collective



Public et prérequis

- Evalué en entrée de session
- Tous les acteurs de la relation client : responsables commerciaux, techniques, responsables des offres, avant-vente, etc.



Méthode animation

- Un animateur expérimenté sur le développement business à haute valeur
- Des méthodes dédiées au monde des consultants, en situation complexes
- Processus d'animation A.R.E ® : Alerte, Réflexion, Entraînement : 2/3 action, 1/3 réflexion qui embarque chaque participant et permet une acquisition rapide et durable des compétences : challenge, motivation, exigence, expérience, plaisir
- Business cases sur le métier concret des participants



Evaluation progrès et plan d'action personnel

- Evaluations intermédiaires et en fin de session
- Auto-évaluation et par Co.CONSTRUIRE®
- Engagement sur un plan d'actions personnel

6 | Négociation commerciale

Faire reconnaître la valeur ... entre coopération et maîtrise des rapports de forces



Enjeux - Tenir vos positions et faire reconnaître votre valeur tout en renforçant la qualité de la relation sur le long terme

Votre capacité à négocier sur des projets critiques et complexes impacte directement vos résultats. L'enjeu est triple. 1. Trouverez-vous un accord ? 2. A quelles conditions pour vous (prix, conditions opérationnelles, fonctionnelles, etc.) ? 3. Vos relations avec vos parties prenantes sur le moyen et le long terme s'en trouveront-elles détériorées ?

Comment réussir sur des processus longs, difficiles, et impliquant de multiples acteurs dans votre entreprise et chez vos clients ou partenaires ? Parviendrez-vous à créer une co-construction interne et externe puissante ? A naviguer efficacement entre rapports de forces et collaboration ?



Programme et objectifs détaillés

Mettre en œuvre les bonnes stratégies et les bons comportements pour réussir une négociation co-constructive

Pourquoi, quand, et avec qui négocier ?

Vision globale : une question de stratégie et de comportement

- Rapports de force ou approche collaborative ? Découvrir la négociation co-constructive pour articuler la puissance des deux approches.

Stratégies des négociations complexes (critiques, longues et en équipe)

- Préparer votre plan de négociation et se préparer.
- Maîtriser les rapports de pouvoirs entre toutes les parties prenantes : interlocuteurs client, partenaires, acteurs internes.
- Maîtriser la stratégie des alliés et mobiliser son réseau à haut niveau.
- Maîtriser vos marges de manœuvre sur toutes les variables de négociations et trouver votre plan B.
- Maîtriser les informations communiquées quand vous négociez en équipe.

Adopter les bons comportements dans tous les moments d'interaction

- Maîtriser l'impact de la communication non verbale.
- Comprendre les psychologies et comportements de négociation
- Déclencher une négociation : E.L.O – Enjeu | Légitimité | Objectif.
- Ecouter et comprendre l'interlocuteur : questions ouvertes, questions de sens, maîtrise des silences, rebonds et réactions percutantes, etc.
- Détecter le bluff et en tirer parti
- Défendre la valeur et le prix dans le prisme de l'autre
- « Co-construire : savoir faire émerger du sens commun, faire de l'objection une opportunité pour co-construire.
- Réussir un « Closing » sous haute tension tout en conservant une attitude co-constructive | Douceur et détermination.

Engagement de chaque participant sur un plan d'action et de progrès



Durée : 2 jours / 14h



Besoins individuels

- Acquérir les réflexes de la négociation
- Savoir construire et exécuter en équipe un plan de négociation
- Appréhender l'aspect psychologique et comportemental de la négociation
- Savoir conclure une négociation



Besoins entreprise

- Renforcer l'autorité de votre entreprise
- Renforcer la culture de la négociation permanente
- Fluidifier vos relations clients
- Préserver vos prix et vos marges
- Acquérir un langage et des comportements partagés qui renforcent la performance collective
- Favoriser la co-construction
- Motiver et mobiliser les équipes



Public et prérequis

- Evalué en entrée de session
- GAM, développeurs business, directeurs de projets, consultants, managers, responsables des partenariats



Méthode animation

- Un animateur expérimenté sur le développement business à haute valeur
- Des méthodes dédiées au monde des consultants, en situation complexes
- Processus d'animation A.R.E.® : Alerte, Réflexion, Entraînement : 2/3 action, 1/3 réflexion qui embarque chaque participant et permet une acquisition rapide et durable des compétences : challenge, motivation, exigence, expérience, plaisir
- Business cases sur le métier concret des participants



Evaluation progrès et plan d'action personnel

- Evaluations intermédiaires et en fin de session
- Auto-évaluation et par Co.CONSTRUIRE®
- Engagement sur un plan d'actions personnel

8 | Manager les équipes commerciales

Piloter et coacher le F.E.E : Focus, l'Energie et l'Efficiency, cohérent avec votre stratégie



Enjeux – le Management intermédiaire commercial est le bras armé de votre stratégie.

Pour que votre stratégie se concrétise (nouvelles offres, sélectivité type de client, plus haute valeur, etc.) il est nécessaire que les équipes commerciales adaptent leurs priorités.

Dans cette perspective, c'est le management qui est au cœur de la concrétisation de votre stratégie

Mais manager les équipes commerciales est difficile. Il est nécessaire d'adopter des méthodes de management suffisamment partagées dans l'entreprise pour qu'au delà de la force du manger, ce soit toute l'entreprise qui cultive une certaine culture du management.



Programme et objectifs détaillés

Lancement : Les managers sont les clés de voute de la concrétisation de la stratégie commerciale.

Bien comprendre le rôle et la responsabilité du manager commercial

- Responsable des efforts et du résultat - Distinguer le cadrage et le coaching

Découvrir et définir la structure de coaching et de pilotage F.E.E

- Le FOCUS commercial, c'est quoi ?
- L'ENERGIE : maintenir un effort quantitatif dans la durée
- L'EFFICACITE : individuelle et collective, la qualité du travail et le meilleur « rendement » du travail – Compétence, organisation, outils

Construire son FOCUS cohérent avec la stratégie de l'entreprise

- Savoir adapter la dose de co-construction avec son équipe versus directivité
- Maîtriser la matrice d'appétence : quels grands besoins clients pouvons-nous adresser avec quelles offres ?
- Foisonnement de compte / Prospection & ouvertures de comptes
- Prioriser son développement en utilisant la matrice d'efficacité commerciale : potentiel commercial * facilité commerciale

Savoir *pitcher* son FEE auprès de l'équipe pour l'embarquer

Manager le F.E.E sur tous les horizons de temps : fil de l'eau, hebdomadaire, trimestriel

- Maîtriser les formats collectifs et individuels
- Obtenir un reporting efficace
- S'adapter à chaque collaborateur pour en tirer le meilleur
- Installer et maintenir l'exigence sur les efforts et les résultats
- Faire progresser par l'exigence et le coaching

Engagement de chaque participant sur un plan d'action et de progrès



Durée : 2 jours / 14h



Besoins individuels

- Différencier management et Leadership
- Savoir piloter et coacher son équipe
- Diriger dans le bon sens, cohérent avec la stratégie
- Savoir manager l'énergie et l'efficacité commerciale
- Savoir embarquer son équipe



Besoins entreprise

- Faire du management un véritable levier de la concrétisation de la stratégie de l'entreprise
- Installer une culture et des méthodes communes de management commercial
- Un langage partagé qui renforce la performance collective
- Motiver et mobiliser les équipes



Public et prérequis

- Evalué en entrée de session
- Managers et Directeurs commerciaux, Directeurs de compte, Managers Coach
- Disposant d'une expérience de développement business B2B ou management



Méthode animation

- Un animateur expérimenté sur le développement business à haute valeur
- Des méthodes dédiées au monde des consultants, en situation complexes
- Processus d'animation A.R.E.® : Alerte, Réflexion, Entraînement : 2/3 action, 1/3 réflexion qui embarque chaque participant et permet une acquisition rapide et durable des compétences : challenge, motivation, exigence, expérience, plaisir
- Business cases sur le métier concret des participants



Evaluation progrès et plan d'action personnel

- Evaluations intermédiaires et en fin de session
- Auto-évaluation et par Co.CONSTRUIRE®
- Engagement sur un plan d'actions personnel

7 | Global & Strategic Account Management

Maîtriser l'action commerciale collective interne et externe pour être reconnu par le client comme partenaire stratégique



Enjeux – Des équipes tendues vers un résultat commun ... ou des silos dispersant de l'énergie ?

L'activité d'account management est indispensable pour transformer dans la durée un « client » en véritable partenaire long terme. A quel point ce client compte pour vous ? Probablement beaucoup ... A quel point vous comptez pour lui ?

Pour réussir, il faudra pouvoir générer une véritable co-construction profonde et durable avec votre client. Pourquoi votre client accepterait-il de co-construire avec lui alors que tous vos concurrents recherchent la même chose ?

Il faudra également savoir exercer un leadership interne transverse efficace pour tirer le meilleur de l'ensemble des contributeurs business sur le compte.



Programme et objectifs détaillés

Maîtriser la responsabilité et le rôle de l'Account Manager

Etre lucide et maîtriser l'équilibre entre implication personnelle stratégique et action en leader interne transverse.

Intégrer les clés du leadership transverse interne: LVA – Légitimité – Vision – Action

- D'où vient la légitimité interne ?
- Une vision claire de plans d'actions commerciaux sur plusieurs horizons de temps (objectif et trajectoires idéales) qui doit mobiliser tous les acteurs du compte clé, soit-même et les directions d'activités
- Piloter l'action commerciale interne (mesurer, adapter, injecter de l'énergie dans le bon sens).
- Construire un plan ambitieux et exécutable concrètement avec toutes les forces business impliquées sur le compte
- Maîtriser l'articulation FEE de l'ensemble des équipes mobilisées sur le compte : Focus | Energie | Efficience

Maîtriser et actionner tous les types de vente qui peuvent s'opérer sur les comptes

- Vente transactionnelle | Vente orientée besoin | Vente à haute valeur

Accroître son leadership business auprès des comptes gérés

- Maîtriser les grands enjeux de vos grands comptes – Corporate et grandes BU / filiales
- Maîtriser les clés essentielles des ventes stratégiques
- Mettre en place un lobbying tactique et stratégique
- Comment s'inscrire comme partenaire stratégique long terme – Stratégie client et stratégie interne
- « Faire voyager » votre client : grands mouvements

Engagement de chaque participant sur un plan d'action et de progrès



Durée : 2 jours / 14h



Besoins individuels

- Renforcer son efficacité en tant que GAM, SAM, KAM
- Développer un leadership client long terme
- Savoir embarquer l'interne et les éventuels partenaires
- Savoir construire un plan de compte ambition, réaliste et actionnable collectivement



Besoins entreprise

- Renforcer l'empreinte de l'entreprise auprès des comptes stratégiques
- Devenir partenaire stratégique des comptes clés
- Mieux aligner et coordonner l'ensemble des contributeurs commerciaux sur un compte clé
- Motiver et mobiliser les équipes



Public et prérequis

- Evalué en entrée de session
- Directeurs de compte, SAM, GAM, KAM
- Commerciaux senior et directeurs commerciaux



Méthode animation

- Un animateur expérimenté sur le développement business à haute valeur
- Des méthodes dédiées au monde des consultants, en situation complexes
- Processus d'animation A.R.E.® : Alerte, Réflexion, Entraînement : 2/3 action, 1/3 réflexion qui embarque chaque participant et permet une acquisition rapide et durable des compétences : challenge, motivation, exigence, expérience, plaisir
- Business cases sur le métier concret des participants



Evaluation progrès et plan d'action personnel

- Evaluations intermédiaires et en fin de session
- Auto-évaluation et par Co.CONSTRUIRE®
- Engagement sur un plan d'actions personnel

9 | Leadership business complexes

Embarquer des parties prenantes libres et fortes • Internes et Partenaires



Enjeux – Des équipes tendues vers un résultat commun ... ou des silos dispersant de l'énergie ?

Pour réussir sur les business complexes, le leader business (IA, GAM, Bid Manager, Directeur d'Affaire) doit pouvoir emmener de nombreux acteurs internes et les partenaires externes. Mais ces acteurs sont sollicités sur de multiples dossiers.

Si le leader business se comporte en « donneur d'ordres », c'est l'échec assuré, avec à la clé une sur-sollicitation de la Direction Générale pour arbitrer.

Comment le leader business parviendra-t-il à vendre en interne son opportunité ? Comment faire vivre le win spirit et créer une véritable équipe responsabilisée et engagée sur l'affaire ?



Programme et objectifs détaillés

Lancement : pas de puissance business sans leadership

Vision globale du module : LVA

- Le leader est capable de créer et d'embarquer une équipe transverse vers une réussite collective
- Maîtriser la structure LVA : Légitimité – Vision – Action

Comment accroître sa légitimité vis à vis de l'interne et des partenaires

Le leader : auteur de ses idées, aligné avec son entreprise, assertif, communiquant et motivant, orienté résultat collectif

- Concevoir et vendre en interne sa vision du compte et des affaires
- Comprendre les autres, leurs objectifs et contraintes, pour mieux vendre ses idées
- Construire et vendre une vision stratégique de compte claire

Construire et vendre une vision de l'affaire : forces et faiblesses | opportunités et risques, démarche de vente

- Se doter d'une vision des buts poursuivis et de la trajectoire idéale en gardant l'agilité sur cette dernière
- Concevoir et vendre en interne un plan d'action gagnant et réaliste
- Savoir alerter de façon pertinente

Engager et piloter l'action commune – Interne et Partenaires

- Embarquer les autres en co-construisant avec eux : experts, responsables production, directeur de projet, les partenaires, et son propre management
- Conduire l'action stratégique long terme sur les comptes : le 5*5*5
- Sur les affaires, Impulser le win-spirit et animer l'équipe d'avant-vente pour obtenir les actions intermédiaires
- Piloter toutes les échéances d'avant-vente et suivre le client en delivery

Engagement de chaque participant sur un plan d'action et de progrès



Durée : 2 jours / 14h



Besoins individuels

- Différencier management et Leadership
- Savoir se positionner entre forte directivité et co-construction
- Savoir embarquer les autres : internes et partenaires



Besoins entreprise

- Créer l'esprit « tous acteurs de la vente » : responsables commerciaux et opérationnels
- Réussir à vendre en équipe à haut niveau
- Acquérir un langage partagé qui renforce la performance collective
- Favoriser la co-construction avec le client et en interne
- Motiver et mobiliser les équipes



Public et prérequis

- Evalué en entrée de session
- Directeurs de compte, GAM, Bid Managers, Ingénieurs d'Affaires senior
- Disposant d'une expérience de développement business B2B ou management



Méthode animation

- Un animateur expérimenté sur le développement business à haute valeur
- Des méthodes dédiées au monde des consultants, en situation complexes
- Processus d'animation A.R.E.® : Alerte, Réflexion, Entraînement : 2/3 action, 1/3 réflexion qui embarque chaque participant et permet une acquisition rapide et durable des compétences : challenge, motivation, exigence, expérience, plaisir
- Business cases sur le métier concret des participants



Evaluation progrès et plan d'action personnel

- Evaluations intermédiaires et en fin de session
- Auto-évaluation et par Co.CONSTRUIRE®
- Engagement sur un plan d'actions personnel

| Style d'animation des formations & séminaires

Bousculer, structurer, actionner

1 | Des animations concrètes, orientées ACTION



- o Structurées en séquences ARE® pour accélérer le changement 2/3 action-entraînement, 1/3 réflexion : Alerter – Réflexion et apport de méthode – Engagement dans l'action (exercices de mise en œuvre, mêlant méthodologie et comportements)
- o Des outils partagés immédiatement opérationnels
- o Des simulations sur des Business cases construits avec vous, spécifiques au métier des participants

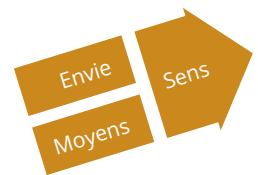
2 | Une expérience marquante pour créer un ancrage mémoriel fort

- o Des séquences innovantes et décapantes : entraînement « panier de balles », intervention de personnalités marquantes.
- o Les consultants-formateurs CoCONSTRUIRE® sont formés sur des techniques d'animation percutantes.
- o Ils s'imprègnent préalablement de votre culture
- o Une double séniorité opérationnelle et business

Outils structurants | Entraînements sur vos cas business
--- Simulations -- Jeu -- Plaisir
Langage partagé ----- Fil rouge
Conscience | Action | Exigence
Challenge intellectuel & comportemental

3 | Au service de projets de transformation

- o Du sens : Vision claire du « pourquoi » et « pour _ quoi »
- o L'envie et la motivation pour aller dans ce sens
- o Des progrès sur des objectifs clairs cohérents avec la transformation
- o Les participants prennent confiance en leurs capacités à réussir.



4 | Des dispositifs qui mesurent les résultats business concrets

- o TRAIN : Formation, engagement à l'action et mesures de progrès - Evaluation en amont et aval de la formation
- o EXPERIMENT : Expérimentation sur le terrain
- o SHARE : Partage post-formation des retours d'expériences et résultats terrains coordonné avec le management
- o TRAIN : Formation sur la suite intégrant les REX



5 | Modalités d'évaluations : méthodologiques et comportementales

- o Sur chaque séquence intermédiaire, les participants sont entraînés et les progrès sont mesurés par des exercices et mises en situation relatifs aux objectifs
- o Ces évaluations sont réalisées sur deux champs : comportementale et méthodologique
- o Auto-évaluations et par Co.CONSTRUIRE®

6 | Déploiements à l'international, pertinents dans la culture locale

- o Co.CONSTRUIRE® s'imprègnent de la culture business locale
- o En anglais - Niveau bilingue et interventions de consultants anglo-saxons



Amélioration continue

Coordonné avec vous pour garantir la qualité de la prestation



La certification qualité a été délivrée
au titre de la catégorie d'action suivante : Actions de formation

L'amélioration continue de la qualité des prestations est une exigence du cabinet pour offrir dans la durée la meilleure prestation au client

- C'est un élément du dispositif mis en place avec le client.
- Elle concerne tout ce qui contribue à la valeur premium apportée par le cabinet Co.CONSTRUIRE® : adaptation des dispositifs, des supports de formation, et la façon de la formation est déployée et animée, durée, adaptation aux besoins, pédagogie, style, pertinence des business cases, simulations etc.
- Cette étape (6 dans le schéma ci-dessous) s'appuie sur trois phases clé :

1 | Détection des points d'amélioration multi-partie prenantes : zones de progrès de la prestation Co.CONSTRUIRE®

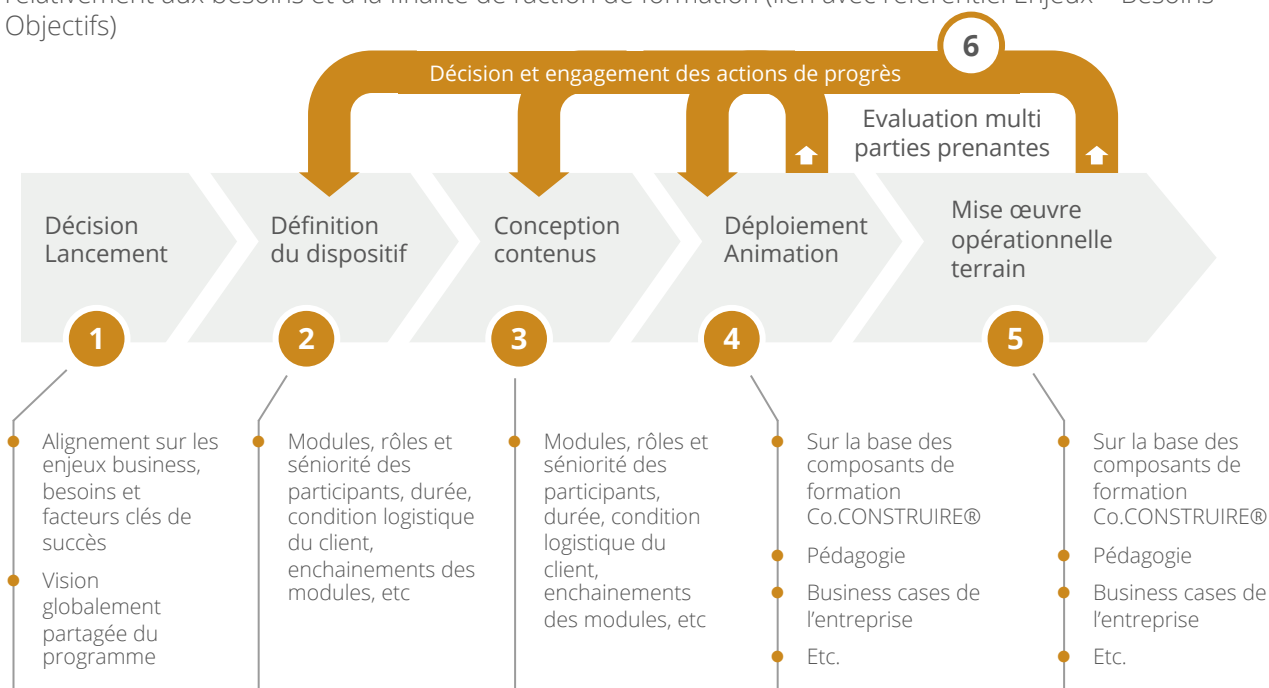
- Par les participants : questionnaires d'évaluation des sessions de formation
- Avec le management et responsables formation client : questionnaire de satisfaction et réunions de « REX »
- La mesure effectuée par le formateur lui-même lors de l'animation relatif aux objectifs de la formation

2 | Traitement et actions de progrès

- Ces retours client, conduisent à des préconisations du Cabinet Co.CONSTRUIRE®, et/ou du client, d'actions de progrès à enclencher.
- Sur la base de ces préconisations une décision est prise en accord avec le client.
- L'action de progrès est lancée.

3 | Vérification de la portée de l'action de progrès

- Il s'agit ici de vérifier que l'action de progrès mise en œuvre porte ses fruits.
- C'est justement dans l'enchaînement des REX réguliers avec les clients (voir RDV REXs et communication écrite avec le client) que l'on mesure si les progrès ont bien été observés et ont porté leurs fruits relativement aux besoins et à la finalité de l'action de formation (lien avec référentiel Enjeux – Besoins – Objectifs)



I Résultats – Prix – Accès - Handicap

Feuilles de présence et évaluation

- Co.CONSTRUIRE® s'assure l'application du processus / workflow du client d'émargement des participants et du questionnaire de progrès et d'appréciation, ou bien Co.CONSTRUIRE® fournira ses propres feuilles d'évaluation et de présence.

Le client organise la logistique de formation

- Casting des participants, en accord avec les groupes de niveau et prérequis issus des coordinations en amont avec Co.CONSTRUIRE®, définition de la salle de formation et des accès pour les participants, hébergement des participants, restauration, prise en compte des participants en situation de handicap, Invitation des participants et information vers Co.CONSTRUIRE®, paper board, système de projection / grand écran permettant de projeter les slides du support de formation
- Co.CONSTRUIRE® apporte son propre ordinateur et livre les supports de formation (papier et pdf).

Co.CONSTRUIRE® facilite la prise en compte des participants en situation de handicap.

- Le client prend en charge la logistique d'accueil physique des participants (salle de formation, accès, matériel inclus, invitations des participants).
- Co.CONSTRUIRE® facilite la procédure mise en place par le donneur d'ordre en mobilisant le référent handicap de Co.CONSTRUIRE®, en coordination avec un référent handicap du le donneur d'ordre.
 - Transmission des documents pédagogiques à l'avance, besoins de pauses plus régulières, adaptation des supports, aménagement des rythmes de travail ou du temps aménagé pour rendre des travaux, proposition de synthèse « Audio » dans le cas d'un handicap touchant à la vue par exemple.
- Co.CONSTRUIRE® est en relation avec le réseau de partenaires / experts / acteurs du champ du handicap
 - AGEFIPH – ILE de France, Ressource Handicap Formation dep. 92 et Réseau Ressource Handicap Formation dans toutes les régions de France métropolitaine

Résultats constatés depuis le début de l'activité du cabinet

- 95 % de taux de retours des enquêtes de satisfaction émises par le cabinet Co.CONSTRUIRE®
- Taux d'appréciation « très satisfait » ou « satisfait » de 97 %
- Taux de présence au premier jour de formation : 92% - Taux de complétion de la formation : 97%
- Une moyenne de 9 bénéficiaires par session pour l'activité formation
- Des résultats concrets en termes de développement de chiffres d'affaires margé de nos clients grâce au couplage formation – Coaching d'affaires complexes (références sur demande)
- Mise en relation sur demande avec nos grands clients partenaires pour recueillir leur satisfaction globale

Modalités et délais d'accès aux formations

Que ces fiches formation correspondent ou pas à votre besoin, contactez-nous via notre page contact. Nous conviendrons d'un rendez-vous pour analyser ensemble votre besoin : objectifs, pré-requis, durée, adaptation aux profils des bénéficiaires (situations de handicap, formations en langues étrangères, ...)

- Une fois ces éléments recueillis, une proposition / convention de formation sera établie pour reprendre les éléments (intitulé, lieu, durée, horaires, tarif...).
- Co.CONSTRUIRE® vous proposera des dates le plus tôt possible en fonction de vos besoins, de vos disponibilités et de celles du formateur. Le délai d'accès (entre la demande et la réalisation de l'action de formation) minimal constaté à nos produits est de 15 jours.
- Formation à distance possible

Politique de prix Co.CONSTRUIRE®

- Co.CONSTRUIRE® intervient exclusivement sur des formations « intra-entreprise » adaptées à chaque contexte, enjeux et besoins de nos clients, sur la base de ce catalogue
- Les prix de formation sont ramenés à la journée de mobilisation du consultant-formateur : entre 1800 € et 2600 € / jour en fonction de la séniorité et du niveau d'expertise du consultant mobilisé
- Les frais de transport et d'hébergement hors Ile de France sont facturés en sus

CERTIFICAT QUA008058

ICPF atteste que

COCONSTRUIRE CONSEIL

NDA 11922092292 - SIREN 750622730

12 ESPLANADE JACQUES CHIRAC 92150 SURESNES FR,

est certifié



 **RÉPUBLIQUE FRANÇAISE**

Au titre des catégories d'actions suivantes

- Les actions de formation (L.6313-1 - 1°)

Valide du 08/01/2025 au 07/01/2028 - Première émission le 09/01/2025

François GALINOU
Président

A stylized black ink signature of François GALINOU.



Programme de certification

Décret n° 2019-564 du 6 juin 2019, Décret n° 2019-565 du 6 juin 2019, Arrêté du 6 juin 2019 relatif aux modalités d'audit associées au référentiel national, Décret n° 2020-894 du 22 juillet 2020 portant diverses mesures en matière de formation professionnelle, Arrêté du 24 juillet 2020 portant modification des arrêtés du 6 juin 2019 relatifs aux modalités d'audit associées au référentiel national qualité et aux exigences pour l'accréditation des organismes certificateurs, Arrêté du 7 décembre 2020 portant prolongation de la dérogation temporaire autorisant la réalisation d'un audit initial à distance, Arrêté du 31 mai 2023 portant diverses mesures en matière de certification qualité des organismes de formation, Guide de lecture du référentiel national qualité publié sur le site du Ministère du Travail et Programme de certification Qualiopi des OPAC de ICPF dans leurs versions en vigueur.

Accréditation N° 5-0616, portée disponible sur www.cofrac.fr

123 rue Jules Guesde, 92300 Levallois-Perret, France
Certificat vérifiable sur www.certif-icpf.org

ICPF



09 67 38 25 32

infos@co-construire.com

www.co-construire.com