



co.construire[®]

Collective Commercial Power
In Complex Fields

Catalogue

Catalogue formation

Enjeux – besoins - Programme –
objectifs - Pédagogie - Séquences

www.co-construire.com

N° de déclaration 11 92 20922 92 DIRECCTE IDF
SAS au capital de 50 471 € - 12, esplanade Jacques Chirac.. 92150 SURESNES
Contact - 09 67 38 25 32 - www.co-construire.com

7 modules phares ... de formation sur tout le cycle business / Affaires complexes

M₁

Leadership Business

Embarquer et fédérer - Clients • Equipes Internes - Partenaires

M₂

Prospecter les dirigeants

Accéder aux dirigeants et déclencher avec eux des nouvelles affaires

M₃

Fondamentaux Vente Complexe – Vente « Valeur »

Cycle business global - Vendre en équipes des projets complexes

M₄

Rédiger pour embarquer – Offres commerciales

Valoriser & différencier votre offre

M₅

Soutenir avec brio

A la fois créer le « show » et apporter les arguments rationnels

M₆

Entretien business

Interagir pour embarquer vos interlocuteurs, clients, interne, partenaires

M₇

Négociations complexes

Savoir articuler rapports de forces & coopération



Les formations & séminaires

Former pour transformer

Nous motivons tous les acteurs en relation avec les clients à s'impliquer ensemble sur le business et nous les aidons à développer leur performance collective.

1

Des animations concrètes et orientées ACTION

- Dynamique **ARE®** pour accélérer le changement 2/3 action-entraînement, 1/3 réflexion
- Des outils partagés immédiatement opérationnels
- Des simulations sur des *Business cases* construits avec vous, spécifiques au métier des participants



3

Au service de projets de transformation

A l'issue de la formation ...

- Les participants ont une vision claire du « pourquoi et « pour _ quoi » de la formation et ont envie d'aller dans ce sens.
- Ils ont progressé sur des objectifs clairs et co-construits avec le client
- Ils ont confiance en leurs capacités à réussir.

4

Des dispositifs visant une mesure de progrès et un ancrage durable



- Formation, engagement à l'action et mesures de progrès – Evaluation en amont et aval de la formation
- Expérimentation sur le terrain
- Partage des retours d'expériences terrains post-formation, coordonnée avec le management
- Formation sur la suite intégrant les REX

2

Une expérience vécue marquante pour créer un ancrage durable

- Des séquences innovantes et « décapantes » : « entraînement panier de balles », intervention de personnalités marquantes, etc.
- Les consultants-formateurs CoCONSTRUIRE® sont formés sur des techniques d'animation qui marquent durablement les participants.
- Ils s'imprègnent préalablement de votre culture
- Ils disposent tous d'une double séniorité : opérationnelle et business



5

Déploiements en France et à l'international



Développer son intelligence commerciale en amont des appels d'offre



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, 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 post-formation



Durée : 2 jours



Besoins de progrès

- 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



Objectifs entreprise

- Vendre des prestations à haute valeur
- Créer le changement de posture et de comportement 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
- Motiver et mobiliser les équipes



Public et prérequis

- 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

Leadership business

Embarquer des parties prenantes libres et fortes ● Internes et externes



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 : Agir en leader d'une véritable co-construction, en interne et avec les partenaires

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, communicant 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 écrit de chaque participant sur un plan



Durée : 2 jours



Besoins de progrès

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



Objectifs 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

- 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 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

Prospecter les dirigeants



Enjeux - Entrer dans le cercle de confiance des décideurs 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. Ces décideurs détiennent les informations stratégiques, ont le pouvoir de déclencher l'action et d'influencer significativement les décisions.

Entrer dans leur cercle de confiance vous permet d'adapter vos offres stratégiques, de déclencher et de vendre des grands projets et de focaliser les efforts de votre entreprise sur ce qui est important.

Mais ces décideurs sont fortement sollicités. Exigeants, ils disposent de peu de temps. Comment pourrez-vous y accéder et à quelle vitesse saurez-vous créer la confiance, comparée à votre concurrence ?



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

Pourquoi accéder aux décideurs de haut niveau est une clé incontournable du business ? Et pourquoi s'ils co-construisent avec vous, c'est gagné ?

Comprendre le monde des décideurs de haut niveau

- Leurs contraintes, leurs différents systèmes de valeur, leurs rapports au temps, entre le court terme et le 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 ?

Accéder aux décideurs

- Maîtriser la relation « OFF » non marchande et les réseaux.
- Comment articuler les écrits, le téléphone, les réseaux sociaux, etc.

Savoir interagir à haut niveau et donner envie de co-construire

- Réussir, c'est d'abord préparer et se préparer. Mais préparer quoi ?
- Asseoir votre légitimité dès le début de l'interaction tout en évitant de conserver la parole.
- Comment faire en sorte que le décideur accepte de s'exprimer le plus rapidement possible sur ses enjeux, et ainsi éviter d'avancer en aveugle
- Maîtriser les clés d'une écoute puissante.
- Comment trouver et exprimer « à la volée » une vision projet embarquante et crédible (promesse de valeur et levier stratégique) ?

Comment engager une action commune ?

Entrer dans le cercle vertueux : co-construction – confiance.

Engagement de chaque participant sur un plan d'action post-formation



Durée : 2 jours



Besoins de progrès

- Acquérir des réflexes de prospection à haut niveau
- Acquérir les comportements légitimes auprès des décideurs
- Savoir faire en sorte qu'un décideur s'exprime.
- Savoir s'exprimer de façon puissante



Objectifs entreprise

- Générer l'ambition partagée d'agir à plus haut niveau et mobiliser les équipes
- Renforcer la puissance de votre prospection
- Augmenter votre niveau de présence, d'impact et de visibilité chez vos clients
- Accroître la confiance en soi et la confiance en l'entreprise
- Favoriser la co-construction avec le client et en interne
- Acquérir un langage partagé qui renforce la performance collective



Public et prérequis

- GAM, développeurs business, directeurs de projets, consultants, managers



Méthode animation

- Une animation qui embarque chaque participant et permet une acquisition rapide et durable des compétences
- 2/3 action, 1/3 réflexion
- Processus A.R.E.® : Alerte, Réflexion, Entraînement
- Business cases sur le métier des participants et outils concrets
- Challenge, motivation, exigence, expérience, plaisir
- Un engagement de chacun sur un plan d'action personnel

Fondamentaux – Vente Complexe - Vente Valeur

Vendre en amont des Appels d'Offres



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, et rester au contact du client sur un cycle de vente qui sera probablement long.



Programme et objectifs détaillés – installer une collaboration entre votre équipe et l'équipe client à tous les niveaux, de l'amont à la signature

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 post-formation



Durée : 2 jours



Besoins de progrès

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



Objectifs entreprise

- Créer l'esprit « tous acteurs de la vente » : responsables commerciaux et opérationnels
- Créer le changement de posture et de comportement 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
- Motiver et mobiliser les équipes



Public et prérequis

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



Méthode animation

- Une animation qui embarque chaque participant et permet une acquisition rapide et durable des compétences
- 2/3 action, 1/3 réflexion
- Processus A.R.E.® : Alerte, Réflexion, Entraînement
- Business cases sur le métier des participants et outils concrets
- Challenge, motivation, exigence, expérience, plaisir
- Un engagement de chacun sur un plan d'action personnel

Rédiger pour embarquer : offres commerciales différenciantes et valorisantes

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 crée 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 – Passer d'une rédaction technique descriptive à une rédaction valorisante et différenciante

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 MFPP : 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.



Durée : 2 jours



Besoins de progrès

- 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



Objectifs 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

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



Méthode animation

- Une animation qui embarque chaque participant et permet une acquisition rapide et durable des compétences
- 2/3 action, 1/3 réflexion
- Processus A.R.E.® : Alerte, Réflexion, Entraînement
- Business cases sur le métier des participants et outils concrets
- Challenge, motivation, exigence, expérience, plaisir
- Un engagement de chacun sur un plan d'action personnel

Soutenir avec brio

Affaires stratégiques • Dossiers Complexes



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 – Créer le « show » en équipe tout en apportant les arguments rationnels décisifs, puis engager la co-construction

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



Durée : 2 jours



Besoins de progrès

- 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



Objectifs 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

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



Méthode animation

- Une animation qui embarque chaque participant et permet une acquisition rapide et durable des compétences
- 2/3 action, 1/3 réflexion
- Processus A.R.E.® : Alerte, Réflexion, Entraînement
- Business cases sur le métier des participants et outils concrets
- Challenge, motivation, exigence, expérience, plaisir
- Un engagement de chacun sur un plan d'action personnel

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 - Maîtriser l'interaction co-constructive Vous-Je-Nous et savoir obtenir l'engagement de l'interlocuteur

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



Durée : 2 jours



Besoins de progrès

- 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



Objectifs 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

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



Méthode animation

- Une animation qui embarque chaque participant et permet une acquisition rapide et durable des compétences
- 2/3 action, 1/3 réflexion
- Processus A.R.E.® : Alerte, Réflexion, Entraînement
- Business cases sur le métier des participants et outils concrets
- Challenge, motivation, exigence, expérience, plaisir
- Un engagement de chacun sur un plan d'action personnel

Négociations complexes

Savoir articuler rapports de force et collaboration



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.
- Déclencher une négociation : E.L.O – Enjeu | Légimité | Objectif.
- Ecouter et comprendre l'interlocuteur : questions ouvertes, questions de sens, maîtrise des silences, rebonds et réactions percutantes, etc.
- S'exprimer de façon impactante : messages forts | points factuels.
- Savoir questionner pour influencer.
- « 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 post-formation



Durée : 2 jours



Besoins de progrès

- 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



Objectifs 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

- GAM, développeurs business, directeurs de projets, consultants, managers, responsables des partenariats



Méthode animation

- Une animation qui embarque chaque participant et permet une acquisition rapide et durable des compétences
- 2/3 action, 1/3 réflexion
- Processus A.R.E.® : Alerte, Réflexion, Entraînement
- Business cases sur le métier des participants et outils concrets
- Challenge, motivation, exigence, expérience, plaisir
- Un engagement de chacun sur un plan d'action personne



Prise en compte du handicap

Co.CONSTRUIRE® facilite la prise en compte des participants en situation de handicap. Co.CONSTRUIRE® agit en sous-traitance de ses clients « B2B », en formation "Intra-entreprise". La formation est destinée aux collaborateurs des clients de Co.CONSTRUIRE®. Ce sont des grands comptes (voir "clients Co.CONSTRUIRE®") qui appliquent leurs processus internes de formation.

Co.CONSTRUIRE® ne prend pas en charge la logistique d'accueil physique des participants (salle de formation, accès, matériel inclus, invitations des participants), car elle est à la charge du donneur d'ordres, mais facilite la procédure mise en place par le donneur d'ordre en mobilisant le référant handicap de Co.CONSTRUIRE®, en coordination avec un référant handicap du le donneur d'ordre.

Le formateur contribue pleinement à l'accueil, notamment lors de l'arrivée des participants dans la salle. Le cas échéant, lors la définition du besoin, le donneur d'ordre exprime les modalités de prise en compte de situations de handicap. Et dans ce cas, Co.CONSTRUIRE® propose une façon de le prendre en considération.

- 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.

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



09 67 38 25 32

infos@co-construire.com

www.co-construire.com