

Vendre des projets complexes des Systèmes d'Information

Comprendre les enjeux et identifier les opportunités, mettre pour gagner, réussir le déploiement des grands projets

INTERVENANTS : JEAN-PIERRE DELOUCHE ET JEAN-PIERRE MARIACCIA

DURÉE

3 jours (2+1)

HORAIRES

9h-17h30

Programme

// Objectifs

Enrichir son répertoire en outils, démarches, bonnes pratiques de développement commercial pour :

- / Être les premiers à saisir les nouvelles attentes des DSI et prendre un avantage décisif face aux concurrents en changeant les règles du jeu commercial
- / Cibler au mieux prospects et opportunités sur les marchés High Tech, maîtriser les groupes de décisions complexes
- / Vendre la valeur de vos solutions
- / Accompagner le déploiement des projets et coacher ses équipes projets
- / Devenir leader d'opinion dans son secteur d'activité

// Public concerné

Directeurs Commerciaux & Marketing ou de Business unit, Ingénieurs d'affaires confirmés, Directeurs de projet, Directeurs des Ventes. Vous maîtrisez les approches et les méthodes de la vente d'affaires à haut niveau.

L'ère nouvelle dans laquelle nous entrons est celle de l'accélération.

Une situation concurrentielle inédite est née de la mondialisation de l'économie, et de la fin de l'avantage coût par la production de masse dans les pays développés. Les efforts des offreurs de technologie portent maintenant sur l'innovation pour créer de nouveaux marchés et développer les premiers un avantage concurrentiel déterminant et dans ce contexte, la prime de performance revient à la vitesse.

Les acteurs du développement commercial dans les entreprises du secteur des technologies de l'information et de la communication, jouent un rôle clé pour inscrire la vitesse de changement de leur entreprise, de son activité, de ses processus et de ses hommes, de sa stratégie commerciale et marketing dans celle d'un monde en pleine transformation et qui connaît des crises de toute nature.

L'ambition de ce workshop est donc d'aider les participants à prendre de la hauteur, à faire grandir leurs compétences et à gagner en anticipation et en vitesse sur le management de ces transformations afin d'en faire de véritables opportunités de croissance.

// Partie 1 : comprendre les enjeux de la DSI et identifier les opportunités

Comment identifier avant ses concurrents les attentes latentes de ses clients pour s'en servir de points d'appuis dans le processus de création de valeur ?

- / Intégrer le changement du contexte des affaires
- / Mesurer l'impact l'évolution des organisations sur la DSI
- / Écouter la voix des clients : les attentes de la DSI et les freins au changement

Comment créer les conditions pour transgresser le moment venu les règles compétitives implicites pour une meilleure satisfaction de ses clients ?

- / Repérer les règles du jeu commercial
- / Agir sur la perception du client : les 5 piliers de la gouvernance du DSI
- / Développer une agilité commerciale

Comment choisir ses clients pour être en place chez les champions du marché ?

- / Évaluer l'attractivité des clients
- / Mesurer sa position concurrentielle chez chaque client
- / Cibler son effort commercial sur les trois types de client : or, argent, bronze