

# Formation Business Developer

Acquérir les outils et méthodes pour élargir les cibles stratégiques de l'entreprise et décliner l'analyse dans l'action commerciale.

Finançable

OPCO

**5 jours**

Présentiel ou distanciel

**3 879 €<sup>HT</sup>**

Niveau : Fondamental

## Objectifs

- Comprendre le rôle du Business Developer et ses compétences clés : Analyser, Planifier, Concrétiser.
- Maîtriser les techniques de veille marché et les outils digitaux associés.
- Développer des compétences en innovation et contribuer à la croissance de l'entreprise.
- Planifier et mettre en œuvre un plan de développement concret.
- Renforcer les compétences en négociation, pilotage des actions, et fidélisation des clients.

## Pour qui ?

- Business Developers.
- Ingénieurs commerciaux.
- Responsables du développement des ventes.

## Prérequis

Aucun prérequis.

## Programme

### Partie 1 : Élaboration de la Stratégie

#### 1 - Définition de la valeur ajoutée du Business Developer

- Exploration du métier et identification des trois compétences clés : Analyser, Planifier, Concrétiser.

#### 2 - Orientation Marché et Veille

- Formalisation d'un système de veille marché, couvrant la veille interne et concurrentielle, avec utilisation d'outils digitaux dédiés.

#### 3 - Conditions de l'Innovation

- Appropriation des quatre principes clés de l'innovation et exploration du rôle du Business Developer.

#### 4 - Analyse de l'Environnement et Préparation de la Décision

- État des lieux du marché, analyse du portefeuille d'activités, positionnement concurrentiel, et proposition de valeur intégrant la RSE.

#### 5 - Décision sur les Couples Produits/Marchés

- Application du modèle d'ANSOFF, développement par les ressources, utilisation de la matrice SWOT, et transition vers l'action.

### Partie 2 : Du Stratégique à l'Opérationnel (2 jours)

#### 1 - Planification des Actions

- Structuration d'un Business Plan, utilisation du Business Model Canvas, élaboration des prévisions d'activité, identification des risques, et création de plans d'actions concrets.

#### 2 - Vente du Plan en Interne

- Présentation des bonnes pratiques de fond et de forme, adaptation de la stratégie de présentation en fonction des interlocuteurs.

#### 3 - Management Transversal du Business Developer

- Identification des services contributifs au plan de développement, cartographie des acteurs avec la matrice des ressources, gestion des enjeux du management transversal, mobilisation des énergies et surmontement des résistances.

#### 4 - Réseautage et Partenariats

- Exploration des caractéristiques et des facteurs clés de succès des partenariats, utilisation des réseaux sociaux, et amélioration du profil LinkedIn.

### **Partie 3 : Déploiement et Pilotage**

#### **1 - Stratégie Relationnelle du Business Developer**

- Adaptation aux nouvelles exigences de la fonction achats et à la sécurité, ajustement à un groupe de décision complexe (le GRID), et personnalisation de la communication commerciale.

#### **2 - Négociation**

- Évaluation et rétablissement du rapport de forces, préparation des objectifs et tactiques de négociation, développement de l'argumentation, et application des six clés de la négociation efficace.

#### **3 - Pilotage des Actions et Tableau de Bord**

- Identification des indicateurs et ratios d'activité, organisation du pilotage autour du tableau de bord, communication et partage d'information pour progresser.

#### **4 - Fidélisation des Clients**

- Compréhension de l'importance d'une expérience client différenciante, analyse du parcours client, mise en œuvre d'actions favorisant l'enthousiasme et la fidélité, et assurance de la fidélisation des clients.

#### **5 - Pitch pour la Reconnaissance**

- Formation à la création d'un pitch efficace.