

Vivez l'aventure du Commerce

Bachelor

« Vente et négociation commerciale »

Mastère

« Ingénieur d'Affaires en Hautes
Technologies »

BBS

BILLIERES
BUSINESS
SCHOOL



Euridis Business School
Commerce - Vente - Négociation

Bachelor "Vente et négociation commerciale"

Titre niveau II "Chargé d'Affaires en
Hautes Technologies
(niveau bac+3)

Bachelor "Vente et négociation commerciale" (bac+3)

Objectifs

- ✓ Développer son potentiel commercial
- ✓ Maîtriser les fondamentaux de la Vente BtoB
- ✓ Mettre en œuvre des stratégies commerciales

Bachelor

"Vente et négociation commerciale"

Pôle 1 "Fondamentaux Vente B to B"	ECTS	Jours
Introduction Sales Game	0	1,5
Prospection & Social Selling	1	4
Ouverture de l'entretien – Fondamentaux de la vente	1	4
Investigation client	3	4
Structuration et soutenance de l'offre	2	4
Business English	3	6
Soutenance finale sur un cas de vente	10	2

Pôle 2 "Ecosystème numérique"	ECTS	Jours
Fondamentaux du secteur numérique	2	3
Solutions numériques pour l'entreprise	4	5
Vente de solutions numériques	6	4

Pôle 3 "Ecosystème de l'entreprise"	ECTS	Jours
Gestion des entreprises	3	4
Marketing BtoB	2	4
Économie Générale	2	3
Fondamentaux de l'entreprise	2	3

Pôle 4 "Communication professionnelle"	ECTS	Jours
Séminaire d'intégration Développement personnel	0	2,5
Prise de parole face aux clients	4	3
Ecrits professionnels	3	2

Pôle 5 "Mémoire professionnel"	ECTS	Jours
Accompagnement Mémoire Ecrit : Etude de cas commercial	0	2
Mémoire Ecrit : Etude de cas commercial	4	0
Accompagnement soutenance orale : Etude de cas commercial	0	1
Soutenance mémoire : Présentation d'une étude de cas commercial	8	1

Pôle 1 "Fondamentaux Vente B to B"	ECTS	Jours	Thèmes abordés
Introduction Sales Game	0	1,5	Présentation des grandes étapes du cycle de vente Présentation des 4 grandes méthodologies utilisées Mise en situation du business game avec les étapes : Prospection, Investigation, Soutenance
Prospection & Social Selling	1	4	Préparer son action de prospection La qualification et la prise de rendez-vous client L'argumentaire client La mise en pratique
Ouverture de l'entretien – Fondamentaux de la vente	1	4	Le métier de chargé d'affaires La communication interpersonnelle et démarche comportementale (ex : méthodes SONCAS et INSIGHT) Prospection, prise de rdv, déclaration introductive, synthèse Simulations
Investigation client	3	4	Méthode SPIN et techniques d'investigation en " <i>provocative selling</i> " Jeux de rôles
Structuration et soutenance de l'offre commerciale	2	4	L'argumentation et le traitement des objections La proposition commerciale et la soutenance d'une offre Closing et négociation finale

Bachelor

"Vente et négociation commerciale"

Pôle 1 "Fondamentaux Vente B to B"	ECTS	Jours	Thèmes abordés
<i>Business English</i>	3	6	La communication par téléphone Animer une réunion commerciale en anglais Négocier en anglais Présentation de son entreprise et de son offre
Soutenance finale sur un cas de vente	10	2	Evaluation au travers de <i>business games</i> et jeux de rôles

Pôle 2 "Ecosystème numérique"	ECTS	Jours	Thèmes abordés
Fondamentaux du secteur numérique	2	3	Présentation du secteur des hautes technologies et du métier Architectures informatiques Acteurs IT Evaluation
Solutions numériques pour l'entreprise	4	5	Les logiciels métiers du système d'information : CRM / ERP / BI Réseaux informatiques Infrastructures Cloud computing et sécurité Evaluation
Vente de solutions numériques	6	4	Découverte métiers Vente de prestations de services Vente de solutions packagées Soutenance de l'offre

Mastère*

"Ingénieur d'Affaires"

—

option : Business Developer
Titre niveau I (niveau bac+5)

Mastère "Ingénieur d'Affaires"

Mastère "Ingénieur d'Affaires"

Option
Business
Developer
(bac+5)

Objectifs

- ✓ Piloter des affaires complexes
- ✓ Élaborer et mettre en œuvre des stratégies commerciales
- ✓ Développer un portefeuille clients
- ✓ Animer des équipes de vente et conduire des négociations complexes

Mastère "Ingénieur d'Affaires" - Business Developer

Pôle 1 "Vente et négociation stratégique"	Jours	ECTS
Introduction Sales Games	1,5	0
Prospection & <i>Social selling</i>	2	1
Marketing pour la vente BtoB	4	1
Ouverture de l'entretien	2	2
Plan d'actions commerciales	1	1
Investigation en <i>provocative selling</i>	3	3
Stratégie commerciale	1	2
Stratégie de réponse	5	2
Structuration et soutenance de l'offre	3	2
Stratégie d'influence - Approche grands comptes et appel d'offres	3	2
Négociation et suivi d'affaires	3	2
Vente et service Achats	2	1
Vente indirecte	2	1
<i>Business English</i>	12	5
<i>Crazy Business Day</i>	1	2
Soutenance finale	2	12

Pôle 2 "Digital Business"	Jours	ECTS
Fondamentaux du secteur numérique	2	2
Solutions numériques pour l'entreprise	6	5
<i>Digital Business / SMAC</i>	4	4
<i>IT Business Game</i>	3	2
Vente de solutions numériques	7	8

Pôle 4 "Communication professionnelle"	Jours	ECTS
Prise de parole face aux clients	3	5
Ecrits professionnels	4	3
Pilotage de carrière et insertion professionnelle	3	0

Pôle 3 "Pilotage des entreprises"	Jours	ECTS
Gestion des entreprises	8	6
Stratégie des entreprises	4	4
Économie & Mondialisation	3	3
Management de projet	10	6
<i>Strategic business game</i>	4	6
Management d'équipe commerciale	4	3
<i>Intercultural management</i>	2	2
Entrepreneuriat	3	2

Pôle 5 "Projet Vente Complexe"	Jours	ECTS
1ère année : Problématique Commerciale (Mémoire écrit)	2	4
1ère année : Problématique Commerciale (Mémoire soutenance)	3	6
2ème année : Affaire Vente Complexe (Mémoire écrit)	1	6
2ème année : Affaire Vente Complexe (Mémoire soutenance)	1	10

Pôle 1 "Vente et négociation stratégique de solutions numériques"	ECTS	Jours	Thèmes abordés
Introduction Sales Game	0	1,5	Présentation des grandes étapes du cycle de vente Présentation des 4 grandes méthodologies utilisées Mise en situation du <i>business game</i> avec les étapes : - Prospection - Investigation - Soutenance
Prospection & Social selling	1	2	La préparation L'accroche Les compelling events La matrice USP Le cold call Le social selling
Marketing pour la vente BtoB	1	4	Segmenter ses prospects et ses clients Se positionner sur un marché / SWOT Définir ses cibles de prospection et les qualifier Les outils de la prospection digitale
Ouverture de l'entretien	2	2	Ouverture de l'entretien Le plan d'action commercial
Plan d'actions commerciales	1	1	- Préparer un plan d'action - Cibler et organiser leurs actions - Présenter à leur management la feuille de route de l'année

Pôle 1 "Vente et négociation stratégique de solutions numériques"	ECTS	Jours	Thèmes abordés
Investigation en <i>provocating selling</i>	3	3	Les règles Les méthodes Mises en situation Evaluation
Stratégie commerciale	2	1	Suivre leur plan d'action commercial Bâtir une stratégie d'approche de compte Identifier et de comprendre les interlocuteurs clés sur un compte Construire une cartographie du compte
Stratégie de réponse	2	5	Le plan d'affaires : Approche systémique du compte Le cahier des charges Plan d'actions commerciales Les étapes du cycle en V de la DSI L'intégration d'une multiplicité d'interlocuteurs
Structuration et soutenance de l'offre	2	3	La proposition et sa structure L' <i>executive summary</i> La soutenance
Stratégie d'influence - Approche grands comptes et appel d'offres	2	3	Typologies et historique des stratégies d'influence sur les grands comptes Lobbying et facilitation de la prise de décision du client
Négociation et suivi d'affaires	2	3	Les règles La méthode (Korda) Etude de cas / Mises en situation

Pôle 1 "Vente et négociation stratégique de solutions numériques	ECTS	Jours	Thèmes abordés
Vente service achats	1	2	Achats 2.0 et vente aux services achats de prestations numériques et digitales
Vente indirecte	1	2	Management d'un réseau de partenaires dans l'écosystème IT <i>Sales Channel</i>
<i>Business English</i>	5	12	Les règles de la prospection en Anglais Présenter son entreprise Soutenir son offre / Négocier en Anglais Formaliser son CV en Anglais
<i>Crazy Business Day</i>	2	1	<i>Business game</i> qui réunit les étapes du cycle de vente durant une "folle journée commerciale"
Soutenance finale	12	2	Evaluation de l'ensemble du cycle de vente au travers de <i>business games</i> et jeux de rôles. + <i>Crazy Business Day</i>

Pôle 2 "Digital Business"	ECTS	Jours	Thèmes abordés
Fondamentaux du secteur numérique	2	2	Historique du secteur numérique Acteurs du secteurs numériques et business models associés (Constructeurs, ESN, Editeurs, Distributeurs, Intégrateurs,...) Architectures numériques Économie du secteur numérique
Solutions numériques pour l'entreprise	5	6	MOE/MOA/DSI Projets informatiques Logiciels métiers (ERP, CRM, ...) Télécom
Digital business / SMAC	4	4	Social Business Mobilité Analytics : Big data Cloud
IT Business Game	2	3	Présentation du cas et investigation client (MOA & MOE) Présentation du projet en interne avec validation (Go/No Go) Soutenance d'offre
Vente de solutions numériques	8	7	Evaluation qualif projet Vente de services Vente de projet Vente solutions packagées Vente Infogérance Vente marchés publics Soutenance finale



Billières Business School

27 rue Ingres
31000 TOULOUSE
05 62 485 484

Contact : Camille Chabrot

<https://www.billieres.com/bbs/>



Vivez l'Aventure du Commerce
Vente et Négociation BtoB