

Wel'Com-Hom News



Communication & Management
Hommes & Méthodes

Développez votre agilité en
management d'équipe et en technique de vente

www.com-hom.com

Editorial : Vente – Achat

Une approche collaborative efficace sur le long terme

Ces quatre derniers mois vont s'avérer stratégiques pour beaucoup d'entreprises et d'organisations. Aussi nous avons voulu orienter ce magazine de rentrée sur les aspects vente et achat : concrétiser les actions engagées pour consolider 2009, réaliser les meilleurs investissements pour préparer 2010.

Après un démarrage dans un environnement perturbé, il va falloir redoubler d'efficacité pour conclure les affaires engagées et souvent repoussées. Il va falloir également aiguïser ses outils pour demain en réalisant les bonnes acquisitions, les bons partenariats ... ou en affûtant notre potentiel humain.

Nous désirons à travers ce magazine apporter un éclairage sur une démarche collaborative au niveau vente et achat que nous jugeons pertinente et efficace. Un savant mélange de savoir faire et de savoir être.

Ce magazine a été conçu en partenariat avec [l'IRIMA](#) (Institut de Recherche et d'Innovation en Management des Achats de [Grenoble Ecole de Management](#)) et avec la société [Big Fish](#), spécialisée dans le développement de vos ressources achat et supply chain.

Bonne lecture !



www.com-hom.com

Vente : une question de point de vue

« Sur le pont de Brooklyn, un matin, un aveugle mendie. Sur ses genoux, une pancarte.

"Aveugle de naissance."

Devant lui, la foule passe indifférente. S'arrête un inconnu. Il prend la pancarte, la retourne, y griffonne quelques mots et s'en va. Aussitôt, miracle. Chacun tourne la tête et bientôt, attendris, s'arrêtent et jettent une pièce dans la sébile. Quelques mots avaient suffi. Ils disaient tout simplement :

"C'est le printemps et je ne le vois pas."

[David Ogilvy](#) »

Cette petite histoire, que nous conte le publiciste Davis Ogilvy, nous montre l'impact qu'un commercial peut développer dans son approche client. L'importance ici n'est pas tant les mots utilisés mais le positionnement, que créent ces mots, de l'aveugle vis à vis de "ses clients", les passants.

Dans le premier cas, aveugle de naissance, le mendiant essaie de projeter son client dans son monde, de lui faire faire une démarche déplaisante et coûteuse de compréhension du monde dans lequel il vit.

Dans le deuxième cas, le mendiant se projette dans le monde de son client afin de lui montrer l'impact de sa déficience dans sa propre situation.

Conclusion : le premier effort que doit développer un commercial n'est pas d'amener le client à son produit mais de comprendre l'environnement et les contraintes de travail de son client. Nous vous proposons de partager des outils dans cette optique à travers notre session de formation :

Vendre et Valoriser les produits, projets et services ou « **donner envie plutôt que convaincre** »

Cette formation est proposée en inter-entreprises ou en intra-entreprise à partir de 4 personnes. Ce cycle de 3 jours, a pour but de dynamiser vos forces de ventes sur l'ensemble des étapes de la relation client et de renforcer votre taux de concrétisations.

Vous souhaitez sur une période courte :

- Avoir une vue d'ensemble des techniques commerciales
- Acquérir des outils qui vous permettront de franchir un cap
- Compléter vos compétences techniques par une capacité à déclencher les décisions

Les critères d'achat sont à plus des 2/3 subjectifs.

Partageons ensemble les techniques et outils pour concrétiser nos ventes.



Vendre et Valoriser les
produits, projets et
services

**1, 2 & 9 Octobre
2009**

[Téléchargez le
programme détaillé](#)

Développer des achats plus collaboratifs : Pourquoi ? Comment ?

A une époque où les relations inter-organisationnelles se développent, qu'elles soient verticales (client-fournisseur) ou horizontales (stratégies collectives, [coopétition](#),...), les relations qu'il convient de manager deviennent des déterminants importants du succès des entreprises qui les mettent en œuvre. Sous certaines conditions, la coopération constitue un gisement essentiel d'avantage concurrentiel. De plus en plus en effet, ce ne sont plus les entreprises mais les « entreprises étendues » (intégrant à minima les fournisseurs) qui sont en concurrence. Il apparaît donc clairement qu'à travers la coopération (notamment avec les fournisseurs), il est possible de créer un avantage concurrentiel durable.



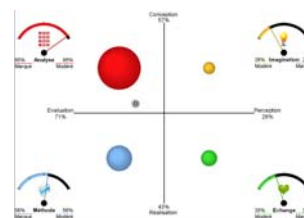
[Développer des achats plus collaboratifs.](#)

[Lire la suite de cet article...](#)

[Hugues Poissonnier](#) est Enseignant chercheur à [Grenoble Ecole de Management](#) et Directeur de la Recherche de [l'IRIMA](#) (Institut de Recherche et d'Innovation en Management des Achats).

Acheteurs / Vendeurs : une équipe gagnante !

Pour compléter l'article thématique « [Développer des achats plus collaboratifs : Pourquoi ? Comment ?](#) », nous allons détailler en quoi les profils de personnalité des vendeurs et des acheteurs sont complémentaires. Nous comprendrons pourquoi la communication est parfois difficile. Nous verrons également en quoi, si nous nous en référons à la richesse de la complémentarité dans une équipe que nous défendons dans [nos valeurs](#), acheteurs et vendeurs constituent bien souvent une équipe gagnante dans une approche collaborative. Le savent-ils ?



[Acheteurs/Vendeurs : une équipe gagnante !](#)

[Lire la suite de cet article...](#)

[Découvrez le profil de personnalité J'AIME®](#)

[Marc Vilcot](#), dirigeant de [Com-Hom](#), Formation-Conseil.

Acheter – mais c'est quoi donc – acheter ?

Les Achats restent toujours un des métiers les plus mal connus du grand public. C'est d'autant plus curieux que les Achats représentent aujourd'hui, avec la Supply Chain, un des deux piliers de la compétitivité des entreprises modernes.

Les Achats ont évolué et continuent de changer...

[Lire la suite de cet article...](#)

[Nicolas Kourim](#) & [Michel Philippart](#) société [Big Fish](#)



Bibliographie : 2 ouvrages pour aller plus loin sur la fonction achat

- Nous les acheteurs
- Collaborative Sourcing – Strategic Value Creation through Collaborative Supplier relationship Management

Nous les acheteurs

Nicolas KOURIM, François GIRARD

"Nous les acheteurs" regroupe une quarantaine de témoignages. D'experts aux dirigeants en passant par les entrepreneurs, Nicolas Kourim et François Girard recueillent, sous forme d'un questionnaire, les nombreux points de vue de ces acteurs du monde des achats.



Nous, les acheteurs
de Nicolas Kourim

Collaborative Sourcing

Strategic Value Creation through Collaborative Supplier Relationship Management

Michel PHILIPPART, Christian VERSTRAETE et Serge WYNEN

How much value do you create because of the way you work with your suppliers? Are you reducing costs, like all your competitors? Or are you capable of building a differentiating relationship with selected suppliers? The authors explain how collaborative sourcing can create sustainable competitive advantages, and how world-class procurement teams are managing a portfolio of supplier relationships, from the traditional arm's-length negotiation to full-fledged collaboration. They develop their recommendations based on multiple case studies, examples and their own professional experience. This book provides a comprehensive framework to evaluate when and how collaborative sourcing should be applied. Which are the key sourcing processes and the infrastructure required for effective collaboration? How does one change and shape an organization to initiate and sustain collaborative sourcing?



Collaborative Sourcing
de Michel Philippart

This book is intended to help senior executives in the field of Procurement, Supply Chain or General Management to lead the evolution of their Sourcing activities. It should also help suppliers, technology vendors and all those interested in better understanding Procurement and its strategic role in the enterprise.

Le catalogue de nos formations 2009-2010 est disponible

Le catalogue formation 2009-2010 est en ligne. Vous pouvez accéder aux formations :

- [Via notre site Web](#) :

Formations :

[Collaborateur](#)

[Manageur](#)

[Ressources humaines](#)

[Technico-commerciaux](#)

Ou

- [En téléchargeant le catalogue complet](#)



Téléchargez le catalogue des formations 2009-2010

Prochaines formations inter-entreprises pour la rentrée :

- [Vendre et Valoriser les produits, projets et services](#)
Démarrage octobre 2009
- [Manager : porter le sens et faciliter la performance](#)
Démarrage octobre 2009

Tarif modérateur tenant compte du nombre de collaborateurs que vous formerez via nos formations inter-entreprises et de la visibilité que vous nous donnerez par des inscriptions anticipées.



[Nous contacter !](#)

Nos valeurs

Performance

Notre raison d'être est d'améliorer la performance de vos équipes. Les méthodes et outils de management que nous présentons dans ce catalogue sont tous tournés vers cet objectif.

Evolution

Nous sommes intimement convaincus qu'à tout âge, quel que soit son niveau initial d'étude et ses responsabilités dans l'entreprise, toute personne peut :

- Apprendre
- Evoluer dans son poste
- Changer de métier



Complémentarité

La complémentarité des personnes au sein des entreprises et des organisations est une condition de la performance. Toute équipe a besoin d'une certaine diversité pour réussir.

Qualité

Nous devons à nos clients une qualité de service élevée, qui se traduit par :

- Le professionnalisme de nos intervenants : confidentialité, horaires, préparation, écoute, expérience
- Des outils accessibles en ligne gratuitement pendant et après la formation
- Des supports couleurs délivrés à chacune de nos interventions

Coordonnées Com-Hom



Com-Hom

**Communication & Management
Hommes & Méthodes**

62 Bis rue Jean Pain
38600 Fontaine

marc.vilcot@com-hom.com

www.com-hom.com

Tel : 06 25 04 60 20

Fax : 09 57 70 72 33

Les précédents numéros

Date

Wel'Com-Hom News N°6 – La gestion du temps et des priorités–
N° accessible sur [le lien suivant](#)

Avril 2009
[Wel'Com-Hom News N°6](#)

Wel'Com-Hom News N°5 – Le management intermédiaire –
N° accessible sur [le lien suivant](#)

Avril 2009
[Wel'Com-Hom News N°5](#)

Copyright

Les textes sont la propriété des auteurs référencés.

Wel'Com-Hom News est édité par [Com-Hom](#)

Le profil de personnalité J'AIME® est la propriété de la société [Com-Hom](#)

Crédit photographique : Fotolia – [//fr.fotolia.com/](http://fr.fotolia.com/) – tous droits réservés.