



COLLOQUE D'AUTOMNE DE L'ISEOR

12 & 13 octobre 2016

à Lyon

**Innovation commerciale :
tous vendeurs
dans les organisations**



Renseignements et inscriptions
colloquiseor2016@iseor.com



PRÉSENTATION

● INNOVATION COMMERCIALE : TOUS VENDEURS DANS LES ORGANISATIONS

Il s'agit, lors de ces deux jours de colloques, de redéfinir le périmètre et la place de la force de vente et de la fonction commerciale d'une entreprise ou d'une organisation. Dans un monde qui évolue pour faire face à de nouveaux enjeux d'entrepreneuriat ainsi qu'à une forte concurrence, il convient de mettre en place et de partager de nouvelles méthodes de travail.

La force de vente occupe une place primordiale dans le fonctionnement général de l'organisation. Elle est inséparable de sa politique marketing et de sa stratégie, en vue d'atteindre les objectifs de service aux clients ou aux usagers. Trop souvent, les organisations séparent « le service commercial » des autres départements. Leurs relations internes sont insuffisantes, ce qui affaiblit la cohésion, la coopération, la performance et la stratégie de l'entreprise ou de l'organisation à but non lucratif.

Entre temps, le monde de l'entreprise et de l'organisation change et développe de nouvelles idées pour pallier la crise et la concurrence exacerbée. De nouveaux réflexes de coopération, plus responsables et plus engagés, sont à organiser, en interne. Ils conduisent à développer de nouvelles activités, de nouveaux produits et de nouveaux segments de clientèle et d'usagers.

L'innovation commerciale : tous vendeurs dans les organisations, que l'ISEOR développe depuis plusieurs décennies, considère la force de vente comme moteur partagé et porté par tous les membres de l'organisation : dirigeants, cadres et collaborateurs. Tel est ce qu'il convient d'appeler *le capitalisme socialement responsable*, dont l'embryon, au sein de l'entreprise, est le *management socio-économique*.

Un stage de formation innovant de l'ISEOR, a vu le jour en 2012 « **Vendre en milieu turbulent** », qui permet d'améliorer, l'efficacité et l'efficience commerciales pour accompagner les décisions stratégiques, dans un contexte mondial de plus en plus complexe.



Il s'agit d'implanter une autre façon de *travailler ensemble* pour développer l'activité commerciale dans les organisations, au service du client et de l'utilisateur.

Ainsi, le service communication développe des projets qui produisent une performance commerciale, ainsi que des salariés plus responsables aidant au déploiement d'une force de vente élargie à l'ensemble du personnel de l'entreprise ou de l'organisation.

Ce thème sera associé à de nombreux témoignages de dirigeants, cadres et collaborateurs de PME, de TPE, de grandes entreprises privées ou organisations publiques, d'organismes associatifs et d'entreprises familiales, nationales et internationales.

Nous verrons précisément les innovations de méthodes, de processus et de démarches mis en place par les entreprises et les organisations au moyen de leur force de vente *élargie*.

Au travers de ses 1 854 actions-pilotes dans les entreprises et organisations, l'ISEOR a pu analyser et évaluer les impacts stratégiques d'une meilleure implication commerciale de tous, au service de l'environnement économique et social.

THÈMES

- Coopération et interaction entre services
- Difficultés dans les modes de management
- Incidences de la crise sur les bonnes pratiques commerciales
- Dans les TPE, les PME, les ETI
- Dans le Service public et le secteur privé
- Stratégie du système associatif
- Au sein des entreprises familiales
- Impacts de l'intergénération
- Employabilité des jeunes et management
- Objectifs sociaux et sociétaux
- Politiques Ressources Humaines
- Responsabilité Sociale des Entreprises
- Impacts des normes

**Chefs d'entreprises
managers, dirigeants
de tous secteurs
consultants, experts
sont attendus pour
échanger sur les modèles
et processus de coopération
pour améliorer la dynamique
et l'efficacité de la fonction
commerciale**

OBJECTIFS

● CAPITALISER LES RECHERCHES ET LES PRATIQUES

Ce colloque permettra d'analyser les interactions entre les équipes commerciales et la stratégie générale ainsi que les dispositifs de coopération avec l'ensemble du personnel.

● IMPACTS DU MANAGEMENT SOCIO-ÉCONOMIQUE

Cette manifestation permettra aussi d'apprécier les impacts du management socio-économique sur la pro-activité de l'entreprise et sur sa performance durable.

● PARTICIPANTS ATTENDUS

■ Près de 250 personnes seront présentes sur les 2 jours

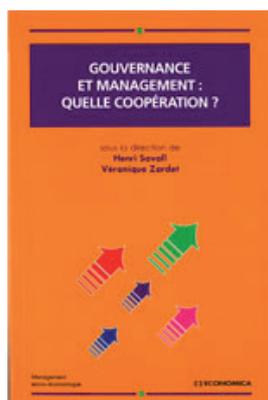
■ Une cinquantaine de chefs d'entreprise, managers, cadres et collaborateurs viendront témoigner de leurs succès et difficultés liés aux nouveaux enjeux commerciaux.

■ Une dizaine d'experts et universitaires interviendront pour apporter des propositions de bonnes pratiques de pilotage et d'organisation.

● Parmi les intervenants :

Manpower (Belgique), Brioche Pasquier (France), Qualias-Espace Santé (Belgique), FrutasFinasSánchez (Mexique), Neuvistac (France), John Conbere (États-Unis), Hôpitaux CST (Liban), Université du Mexique (Mexique), ELCOM (France), Technord (Belgique), DEUZZI (France), iaelyon (France), FNEGE (France), Université de Malaga (Espagne), Université de Minneapolis (USA), Actalians (France), Archibulle Architecte (France), Borini Développement (France), Orgalys (France), Cetaf (France), Clinique la Lignière (Suisse), Vinay Matériel (France), Fondation Aigues Vertes (Suisse), Nutrisens (France), Ninkasi (France), SLB Medical (France), Arisan Costumier (France), SWCS (France), Soly Import (France), Bafilco (France)...

Traductions simultanées en anglais et en espagnol pour ce colloque international



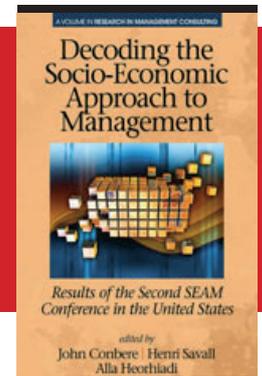
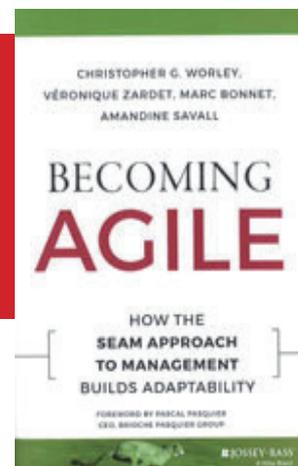
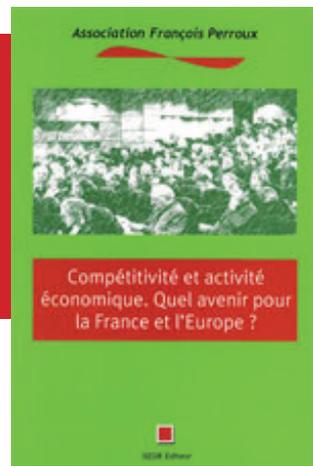
● Gouvernance et management : quelle coopération ? Actes du colloque d'automne de l'ISEOR - 2014

Cet ouvrage approfondit la question de l'efficacité de la relation entre les instances de gouvernance et les instances de management. La qualité de cette coopération est difficile à obtenir et appelle un fonctionnement structuré, exigeant et innovant. Au-delà des témoignages décrivant des situations de coopération, de nombreuses pistes concrètes sont proposées à l'ensemble des parties prenantes des entreprises et des organisations. Ce sont autant de leviers d'actions possibles pour le développement de la performance globale et durable...

> En savoir plus et commande : www.iseor.com

PUBLICATIONS

2015-2016



http://www.iseor.com/dernieres_publications

FORMATIONS de l'ISEOR



DE NOMBREUX DIRIGEANTS, CADRES, MANAGERS ET COLLABORATEURS ONT BÉNÉFICIÉ DE CES STAGES DE FORMATION EN MANAGEMENT SOCIO-ÉCONOMIQUE

issues de ses recherches de pointe

Renseignez-vous : 04 78 33 09 66 ou www.iseor-formations

● 7 stages de formation continue en management socio-économique

- 1- Réussir le changement : outils et méthodes
- 2- Gérer le comportement en milieu professionnel
- 3- **Autofinancer l'entreprise : les ressources cachées**
- 4- Perfectionner les intervenants internes
- 5 - Vendre en milieu turbulent
- 6- Faciliter la coopération gouvernance et management
- 7- Impliquer les collaborateurs dans la performance de l'entreprise - **NOUVEAUX**

● 4 stages pour l'international : « Réussir le changement : outils et méthodes » et « Perfectionnement en management socio-économique » en *anglais* et en *espagnol*

