

Opleiding : Bouwen aan je commerciële beïnvloedingsstrategie

Praktijkcursus - 2d - 14u00 - Ref. BOY

Prijs : 1280 € V.B.

★★★★★ 5 / 5

In een concurrerende omgeving is het ontwikkelen van de finesse en kwaliteit van relaties met belangrijke contacten een fundamentele hefboom voor prestaties. De workshops in deze cursus stellen je in staat om de tools en best practices te ontwikkelen die nodig zijn om de nieuwe uitdagingen van commercieel lobbyen aan te gaan.

Pedagogische doelstellingen

Aan het einde van de training is de deelnemer in staat om:

- ✓ Communicatiemiddelen voor beïnvloeding gebruiken
- ✓ De juiste contacten benaderen en je beïnvloedingsstrategie organiseren
- ✓ Je lobbybenadering aanpassen aan de 4.0-visie
- ✓ Leiderschap ontwikkelen en je aanbod positioneren

Doelgroep

Accountmanagers, key account managers, verkoopmanagers, verkoopdirecteuren.

Voorafgaande vereisten

Commerciële ervaring in een B-to-B-omgeving. Basisgebruik van sociale netwerken wenselijk.

Praktische modaliteiten

Praktisch werk

Casestudies aangepast aan de context van de deelnemers, waarbij ervaringen en praktijken worden gedeeld. Demonstratie van digitale tools.

Leer methodes

Actieve en participatieve onderwijsmethoden. Afwisseling van theorie en praktijk met toepassing op de context en ervaring van de deelnemers.

DEELNEMERS

Accountmanagers, key account managers, verkoopmanagers, verkoopdirecteuren.

VOORAFGAANDE VEREISTEN

Commerciële ervaring in een B-to-B-omgeving. Basisgebruik van sociale netwerken wenselijk.

VAARDIGHEDEN VAN DE CURSUSLEIDER

De deskundigen die de cursus leiden zijn specialisten op het betreffende vakgebied. Zij werden geselecteerd door onze pedagogische teams zowel om hun vakkennis als hun pedagogische vaardigheden voor elke cursus die zij geven. Zij hebben minstens vijf tot tien jaar ervaring in hun vakgebied en oefenen of oefenden verantwoordelijke bedrijfsfuncties uit.

BEOORDELINGSMODALITEITEN

De cursusleider beoordeelt de pedagogische vooruitgang van de deelnemer gedurende de gehele cursus aan de hand van meerkeuzevragen, praktijksituaties, praktische opdrachten, ...
De deelnemer legt ook van tevoren en naderhand een test af ter bevestiging van de verworven kennis.

Opleidingsprogramma

1 De media van beïnvloedingscommunicatie gebruiken

- Een geschikte communicatiemethode kiezen met behulp van NLP.
- Psychologische spelletjes herkennen.
- Kies de juiste positionering.
- Identificeer de macht van je tegenhanger om de organisatie te beïnvloeden.
- Proactiviteit gebruiken als strategisch hulpmiddel.
- Overtuig in plaats van te overtuigen.

Praktisch werk

Inzicht in de dominante levenspositie en de invloed ervan op relaties.

2 De structuur van lobby's en belangengroepen begrijpen

- Maak onderscheid tussen vertegenwoordigen en verdedigen.
- Vergelijk verschillende instanties: nationaal/internationaal, gouvernementeel, vrijwillig.
- Begrijp hun codes en leid de beïnvloedingsinstrumenten af.
- Codes naleven en leiderschap laten gelden: geloofwaardig, legitiem en voorbeeldig zijn.

Rollenspel

Hoe kun je een groep beïnvloeden tijdens een innovatieproject? Gerelateerde mindmapping.

3 Een netwerk van commerciële relaties opbouwen

- De besluitvormingsketen in kaart brengen: wie heeft de macht? Beïnvloeders, belanghebbenden...
- Begrijpen hoe denktanks werken.
- Commerciële allianties smeden.
- Kom dichterbij je doel.
- Leer hoe je LinkedIn en Shapr gebruikt om de beste contacten te leggen.
- Strategische intelligentie: sociale netwerken, beroepsgroepen, enz.

Praktisch werk

Breng je netwerk in kaart en stel een actieplan op om doelcontacten te bereiken.

4 Je beïnvloedingsstrategie voorbereiden en organiseren

- Het aanbod, de organisatie en de strategie van je bedrijf begrijpen.
- Ontwikkel je interne beïnvloedingscommunicatie.
- Je portefeuille analyseren en kwalificeren: welke strategie voor welke doelstellingen?
- Plan je acties: structureer je tijd en prioriteiten.
- De besluitvormingsketen in kaart brengen: wie heeft de macht? Beïnvloeders en belanghebbenden.
- Het universum van de klant betreden: waardecreatie verkopen en je positie ontwikkelen.

Praktisch werk

Je lobby- en netwerkplan (PLN) maken. Debriefing in groep.

PEDAGOGISCHE EN TECHNISCHE MIDDELEN

- De gebruikte pedagogische middelen en cursusmethoden zijn voornamelijk: audiovisuele hulpmiddelen, documentatie en cursusmateriaal, praktische oefeningen en correcties van de oefeningen voor praktijkstages, casestudies of reële voorbeelden voor de seminars.
- Na afloop van de stages of seminars verstrekt ORSYS de deelnemers een evaluatievragenlijst over de cursus die vervolgens door onze pedagogische teams wordt geanalyseerd.
- Na afloop van de cursus wordt een presentielijst per halve dag verstrekt, evenals een verklaring van de afronding van de cursus indien de stagiair alle sessies heeft bijgewoond.

TOEGANGSMODALITEITEN EN TERMIJNEN

De inschrijving dient 24 uur voor aanvang van de cursus plaatsgevonden te hebben.

TOEGANKELIJKHEID VOOR MINDERVALIDEN

Is voor u speciale toegankelijkheid vereist? Neem contact op met mevr. FOSSE, contactpersoon voor mindervaliden, via het adres psh-accueil@ORSYS.fr om uw verzoek en de haalbaarheid daarvan zo goed mogelijk te bestuderen.

KLAS OP AFSTAND

2026 : 19 maa., 19 maa., 4 juni, 4 juni, 15 okt.,
15 okt.

PARIS LA DÉFENSE

2026 : 19 maa., 4 juni, 15 okt.