

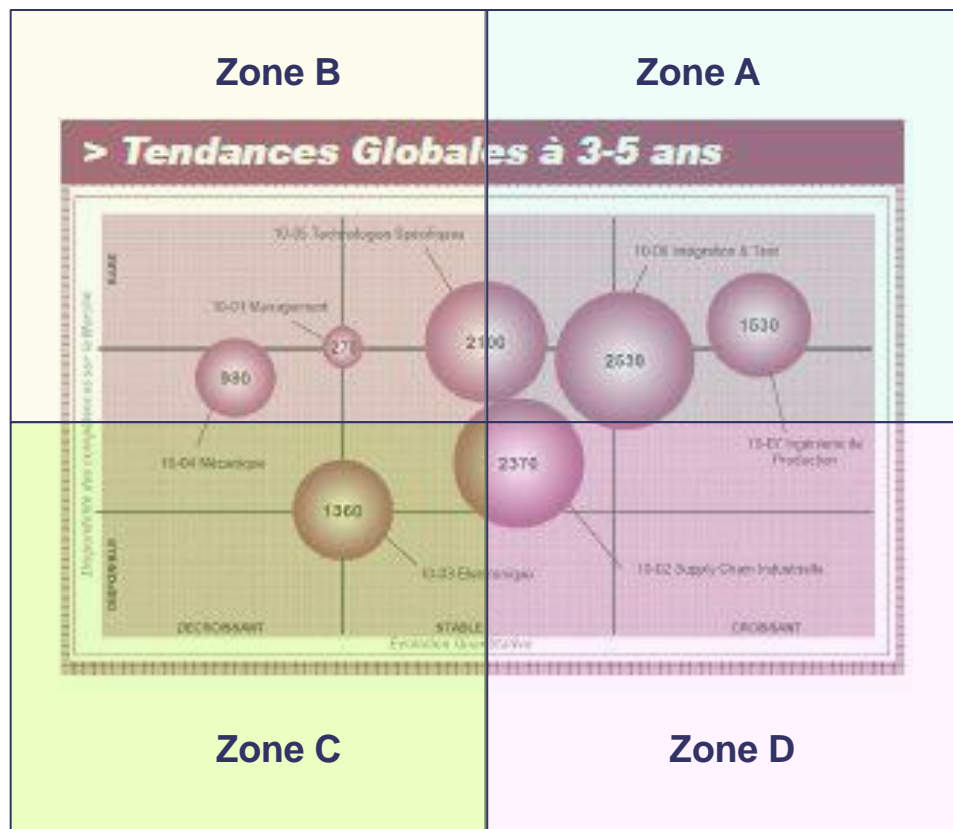
## MIS (TED & Trixell) Stratégie, Marketing, Ventes (FP02)

TENDANCES GLOBALES 2017



# Grille de lecture des Tendances globales à 3-5 ans

## Une grille de lecture des graphes donnant les tendances à 3-5 ans des Familles Professionnelles :



### Zone A

- Des compétences plutôt rares et des besoins stables ou en croissance.
- Des actions centrées plutôt sur des solutions internes relativement longues (Formation, certification, coaching, ...), du recrutement régulier et ciblé sur des profils particuliers, du transfert de connaissances, .....

### Zone B

- Des compétences plutôt rares et des besoins stables ou en décroissance.
- Des actions centrées plutôt sur des solutions internes à moyen terme, du maintien de compétences critiques, du recrutement occasionnel de profils particuliers, du transfert de connaissances, ....

### Zone C

- Des compétences plutôt disponibles et des besoins stables ou en décroissance.
- Des actions centrées plutôt sur des solutions internes à court terme, du maintien de compétences critiques, du renforcement de métier, des parcours vers d'autres métiers, .....

### Zone D

- Des compétences plutôt disponibles et des besoins stables ou en croissance.
- Des actions centrées plutôt sur des solutions internes à moyen terme, du recrutement de profils adaptés à la demande, des parcours vers d'autres métiers, ....

# Famille Professionnelle « 02-Stratégie marketing ventes » : Définition et Données clés MIS

## ➤ FP 02 : La Famille Professionnelle en Bref (vision Groupe)

Les fonctions « Stratégie, Marketing et Ventes » regroupent au sein du Groupe la majorité des interfaces clients. Elles orientent les évolutions de nos produits et de nos systèmes par une connaissance approfondie des besoins futurs des clients ; elles assurent la promotion de l'offre du Groupe, et les prises de commande avec le support des services offres et projets. Connaissance, dialogue et satisfaction du client, identification de la Valeur, communication et promotion de nos produits constituent des activités clés. Ces métiers nécessitent la mobilisation d'une palette large d'expertise incluant les analyses marchés, le « business planning », la connaissance des affaires, des processus commerciaux y compris les aspects juridiques, financiers, fiscaux, la capacité à négocier et proposer des offres gagnantes, dans le respect des règles du Groupe. Mais le savoir être y est également essentiel: écoute, capacité de conviction du client et du Groupe, mettre en oeuvre une stratégie commerciale gagnante en maximisant les synergies entre les différents acteurs des équipes impliquées.

Pour les salariés de cette famille professionnelle, c'est la possibilité de développer leurs compétences et d'exercer leurs talents dans un environnement riche de contacts et varié dans ses composantes humaines, professionnelles et géographiques. C'est l'opportunité de travailler au sein d'équipes d'origines diverses, souvent multinationales, multiculturelles, et traitant de métiers différents et complémentaires.

## ➤ FP 02 : Chiffres Clés MIS \*

◆ **Effectif Total de la FP02\* : 39 collaborateurs (dont 3 collaborateurs TxI)**

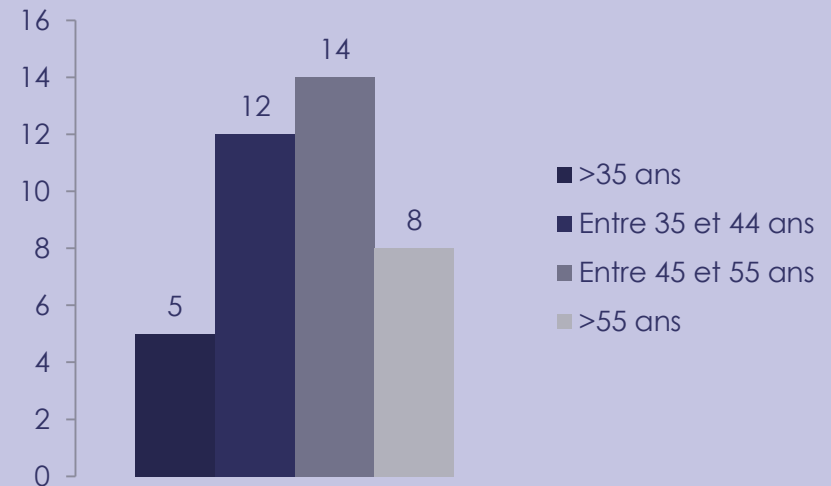
### ◆ Répartition par CSP

- ◆ 8 % Administratifs,
- ◆ 92 % I&C

**Tendance générale : légère croissance**

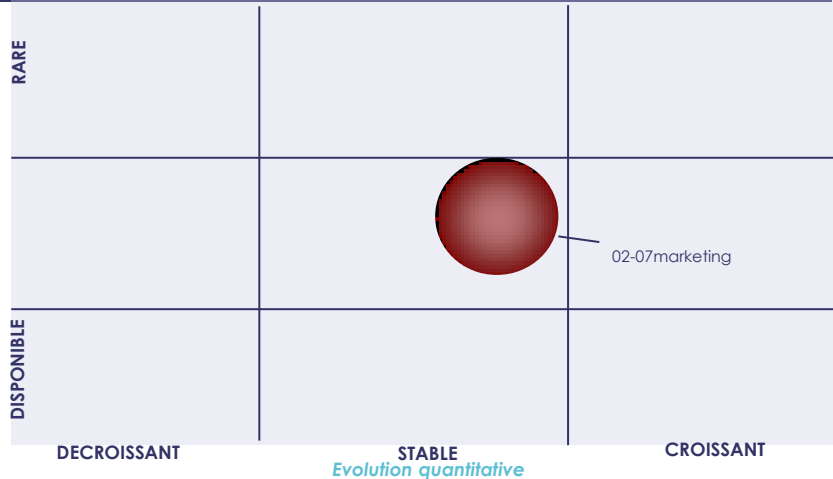
\*CDI actifs au 31/03/2017 TED + Trixell

## ➤ FP 02 : Distribution par âge (MIS)\*



# Famille Professionnelle « Stratégie, marketing, ventes » : Développement Professionnel – Enjeux & Plan d'Actions- **PARTIE Marketing**

## ➤ Tendances Globales à 3-5 ans



## ➤ Enjeux

- Déployer la fonction PLM (Responsable Ligne de Produits) au sein de MIS afin de renforcer notre politique produit
- Mieux comprendre nos marchés, leurs écosystèmes et leurs évolutions
- Mieux anticiper les besoins

## ➤ Métiers à Développer

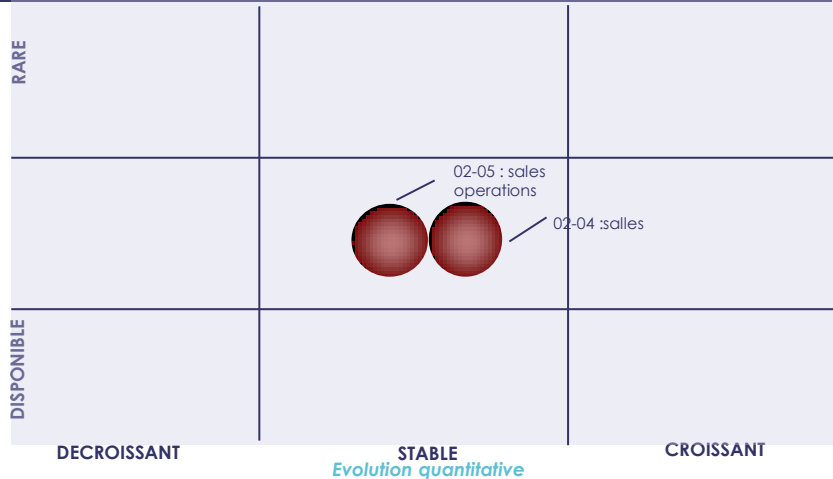
Métier de PLM (Responsable Ligne de Produits)

## ➤ Principaux Plans d'actions

- ◆ Travaux en équipe avec le support du Groupe
- ◆ Coaching individualisé
- ◆ Recrutement
- ◆ Formations :
  - ◆ Fondamentaux de la politique produit
  - ◆ Proposition de valeur
  - ◆ Marketing

# Famille Professionnelle « Stratégie, marketing, ventes » : Développement Professionnel – Enjeux & Plan d'Actions- **Partie Ventes**

## ➤ Tendances Globales à 3-5 ans



## ➤ Enjeux

- Déployer en particulier les fonctions Capture leader (Responsable Gate 1, 2 et 3 avec le support du Bid Manager) et KAM ( Key Account Manager / Responsable Grands Comptes Client) au sein de l'équipe Ventes
- Améliorer la prise en charge des demandes de nos clients et construire des offres commerciales en adéquation avec les attentes de nos clients
- Contribuer à l'amélioration de la satisfaction de nos clients suite à l'enquête clients de fin 2016

## ➤ Métiers à Développer

Métier de Capture Leader (Responsable Gate 1, 2 et 3)

Métier de KAM

Métier de Head of Sales Area  
( Responsable de zone de Ventes)

## ➤ Principaux Plans d'actions

- ◆ Coaching Individualisé
- ◆ Formations :
  - ◆ Capture Leader selon processus Chorus 5.1
  - ◆ KAM / Management de grands comptes clients
  - ◆ Manager d'équipe commerciale
  - ◆ Négociations Complexes