

Success-story

Seite 1

Centre de formation professionnelle – Internationaler Bund

Le centre de formation professionnelle de Karlsruhe, une unité d'IB, est spécialisé dans la formation de personnels travaillant dans le secteur technique. Le centre soutient ses clients dans le maintien de leur compétitivité. Le but est, par le biais de mesures de qualification ciblées, de relever le potentiel des collaborateurs.

Le travail est caractérisé par le contact avec des personnes dont la situation professionnelle et sociale est plutôt difficile. IB réussit de par sa conviction, à donner une nouvelle qualité de vie et de travail à ces personnes.



Internationaler Bund

Internationaler Bund
Verbund Baden
Scheffelstrasse 11-17a
76135 Karlsruhe

www.internationaler-bund.de

La mission

L'agence fédérale pour le travail s'est accaparée d'une grande partie des capacités du centre avec une mission de formation et de reconversion destinée aux chômeurs, dans le but de les préparer à leur réinsertion sur le marché du travail.

Les commandes des pouvoirs publics étaient et sont régressives partout. En raison du changement à attendre pour IB face au marché, le centre de formation professionnelle projetait d'établir une base de données clients dans le secteur privé. Le but était de générer une nouvelle source de commandes en commercialisant les formations auprès des entreprises.

Pour cela, il fallait établir et mettre en place une procédure de travail.

Les défis

Les défis pour la commercialisation des formations d'IB reposaient d'une part dans le fait qu'il existait de nombreux prestataires dans le domaine de la formation sur le marché. D'autre part, l'esprit de la société et de ses collaborateurs, qui est axé sur le service de l'intérêt général et non sur le profit et la croissance, était à intégrer dans le projet.

Les premiers essais de commercialisation des prestations auprès des entreprises avaient eut lieu. La campagne n'apporta pas beaucoup de résultats, ce qui ajouta un nouveau défi au projet. Le thème de la vente avait une connotation négative dans l'organisation.

Dr. Martin Blumhofer, Programm-Directeur chez IB à Karlsruhe et responsable commercial, se souvient: „Il était important pour nous, lors de ce projet, de proposer un service et un procédé en harmonie avec les valeurs d'IB. Les premiers contacts avec les entreprises ont cependant mis en évidence les difficultés liées au projet. Lorsqu'il nous fut possible de parler avec un responsable, nous n'étions pas reconnus en tant que prestataire de ce genre de service, de plus le besoin en formation était déclaré comme couvert. Il nous manquait tout simplement les arguments et solutions pour une commercialisation réussie. Globalement le résultat fut une remise en question. "

La procédure

Le défi principal fut abordé lors de Workshops et de discussions approfondies en collaboration avec la direction et le personnel opérationnel : trouver et formuler une description concrète des prestations d'IB, qui de par sa spécificité se distingue des prestations du grand Pool des prestataires de formations professionnelles et qui peut également être prise en compte par les collaborateurs de l'organisation.

Le point le plus important du descriptif des prestations était le changement fondamental d'objectif. Il s'agissait de formuler un challenge aux entreprises ciblées, qu'IB soit capable de maîtriser sur la base de ses expériences acquises.

Dr. Blumhofer: „Nous mettions jusqu'à présent, dans notre commercialisation, l'accent sur notre vaste expertise dans la didactique, méthodologie d'entraînement et contenu de formation. Dans la consultation par vevesa, un autre aspect nous était indiqué. Notre scepticisme était grand. Le fait que nous trouvions notre signe distinctif dans cette proposition et reconnaissons simultanément nos valeurs dans les cibles adressées, nous faisait risquer une nouvelle tentative avec une manière d'agir remaniée. ”

Sur la base de cette nouvelle manière d'aborder le client, il fut établi, enseigné et appliqué un nouveau processus commercial. Un accompagnement des employés chargés de la commercialisation fut mis en place pour une durée de six mois. Éléments de cet accompagnement étaient notamment des meetings réguliers avec des échanges d'expériences et des aides concrètes dans le travail commercial quotidien, assistance téléphonique ainsi qu'accompagnement direct lors d'entretiens avec des clients potentiels.

Le résultat

Le premier et sans doute le plus important résultat fut pour les membres de l'équipe, qui après une première expérience négative, se remirent à l'acquisition des entreprises. Il fut constaté que la nouvelle missive, la proposition de solutions, éveilla l'intérêt des Prospects.

Au téléphone, lors de foires ou de présentations chez les clients, les prestations et des concepts de solutions furent discutées en profondeur avec les entreprises. Les premières commandes avec de nouveaux clients de l'économie et industrie purent être conclues rapidement.

„Le fait que nous sommes, avec nos prestations et nos aspects sociaux, des partenaires respectés dans les entreprises, fut pour nous une expérience très importante. Il nous fut possible d'établir un descriptif de nos prestations et une façon de procéder, qui firent école au-delà des frontières de l'agence de Karlsruhe et qui ont été mis en place dans d'autres régions”, complète Dr. Blumhofer.



Internationaler Bund

Internationaler Bund
Verbund Baden
Scheffelstrasse 11-17a
76135 Karlsruhe

www.internationaler-bund.de