



Les  
**12**  
bonnes  
pratiques  
Business  
Manager

# Édito

**Vous  
êtes  
au bon  
endroit !**

## A l'attention des Business Managers

Vous êtes **entrepreneur dans l'âme** ? Vous êtes capable d'assurer des fonctions de Business et Management ? Vous avez un goût prononcé pour le challenge ? Vous souhaitez acquérir les compétences d'un véritable dirigeant d'entreprise ? Vous êtes au bon endroit !

Plus qu'un métier, c'est une véritable **formation continue au monde de l'entrepreneuriat**, permettant d'obtenir rapidement des responsabilités et évoluer vers de nouvelles **opportunités de carrières**. C'est un métier dynamique et challengeant rythmé par un emploi du temps qui évolue en permanence.

Dites non à la routine ! Défis, rencontres, négociations, pilotage de projets, entretiens... l'emploi du temps **change** et évolue en permanence. Et plus important, ce métier est centré sur le **contact humain, l'accompagnement des clients et des consultants ingénieurs dans le développement de leurs projets et de leurs carrières**.

Mais concrètement, le Business Manager passe ses journées à ... à faire quoi au juste ? Il n'est pas si simple d'imaginer le quotidien d'un Business Manager tant qu'on ne l'est pas soi-même.

Ce guide a été conçu pour **vous**. Nous y partageons **les bonnes pratiques pour réussir dans ce métier**. Ce guide s'adresse aux Business Managers qui débutent car nous savons pertinemment que les premiers mois sont les plus intenses. **En tant qu'entrepreneur, vous êtes responsable du développement de vos activités de A à Z**. Pour vous aider, nous souhaitons aller au-delà de la théorie en vous proposant ces bonnes pratiques. L'heure est venue d'obtenir des résultats concrets !

Nous vous souhaitons une excellente lecture !



# Nous connaître

**Entreprendre.fun** est un site internet qui accompagne au quotidien les jeunes professionnels en leur fournissant des bonnes pratiques pour exercer le métier de Business Manager.

**Entreprendre.fun** a été conçu par **agap2**, groupe européen d'ingénierie et de conseil opérationnel spécialisé dans l'industrie et l'IT.

Si vous souhaitez développer votre propre activité, osez entreprendre chez **agap2** et devenez Business Manager !

# Sommaire

Un  
sujet  
qui vous  
intéresse ?

C'est  
par ici !

Édito .....	02
Nous connaître .....	03
Zoom sur le Business Manager, mieux comprendre le métier, pas à pas .....	05
Point 1 : Développer les qualités requises pour être Business Manager .....	06
Point 2 : Construire son portefeuille client .....	07
Point 3 : Concevoir un discours de prospection en béton .....	08
Point 4 : Réussir sa prospection téléphonique .....	09
Point 5 : Convaincre un prospect avec les bons arguments .....	10
Point 6 : Identifier le besoin du client .....	11
Point 7 : Recruter les meilleurs talents .....	12
Point 8 : Préparer son équipe à la réunion de qualification client .....	14
Point 9 : Construire une proposition financière et savoir la négocier .....	15
Point 10 : Manager son équipe et ses clients .....	16
Point 11 : Savoir gérer les imprévus .....	17
Point 12 : Découvrir les évolutions de carrière possibles pour un Business Manager .....	18
Conclusion .....	21
Do you speak Business Manager? Le lexique du BM .....	22



# Zoom sur le Business Manager mieux comprendre le métier, pas à pas

Si vous débutez le métier, rassurez-vous, vous êtes au bon endroit !

Laissez-vous guider et découvrez la méthode d'**entreprendre.fun**.

Car oui, on peut entreprendre dans un environnement fun ! Pour preuve, découvrez notre websérie, **THE Business Manager !**

La première étape clé dans ce métier, est la **construction de votre portefeuille client !**

Ça consiste en quoi exactement ?

Vous alimentez votre fichier client, faites de la prospection commerciale, trouvez et

comprenez les besoins de vos prospects puis gérez toute la partie négociation.

Puis vous vous chargez du **recrutement de vos équipes** (ingénieurs, experts techniques, consultants) qui accompagnent vos clients dans la réalisation de leurs projets. Vous sélectionnez les meilleurs talents et les rencontrez en entretien.

Votre mission est d'**accompagner votre équipe au quotidien** : atteinte des objectifs, formation, évolution de carrière, bien-être etc.



## SOURIEZ, VOUS N'ÊTES PAS SEUL

Vous faites partie d'une équipe ! Votre manager vous forme et vous accompagne tout au long du processus jusqu'à ce que vous voliez de vos propres ailes ! A ce moment, ce sera vous le manager et donc le formateur !

# 01

## Développer les qualités requises pour être Business Manager

Êtes-vous sûr d'avoir l'âme d'un entrepreneur ? Quelles sont les qualités nécessaires pour mener à bien un tel projet ? Comment rentrer dans la peau d'un dirigeant d'entreprise ?

### — Vous refusez la défaite

Être Business Manager c'est avant tout un **état d'esprit !** Pour faire ce métier, il faut être passionné car ce n'est pas à la portée de tous. Cette passion vous mènera naturellement vers l'envie de réussir tout ce que vous entreprendrez.

**Un seul mot : l'ambition.** Il ne faut surtout pas que vous vous reposiez sur vos acquis. Au contraire, vous devez vous remettre sans cesse en question pour avancer. Vous avez une volonté d'acier et un besoin d'évoluer constamment. Pour être Business Manager, vous devez faire preuve d'une **grande motivation !**

### — Vous avez une âme d'entrepreneur

Si vous êtes quelqu'un de très autonome, c'est que vous avez déjà **une âme d'entrepreneur.** Vous êtes alors indépendant et gérez votre portefeuille client. Vous êtes charismatique et vous avez du bagout. En bref, **on se souvient de vous !** Vous avez une aisance naturelle pour prendre la parole et comprendre votre interlocuteur. L'échec ne vous fait pas peur ! Mieux encore, vous savez vous nourrir de ces moments difficiles, en tirer des leçons et en faire des atouts pour mieux rebondir. Vous savez encaisser les coups, vous devez être patient et prêt à attendre pour obtenir un succès.

### — Vous êtes avant tout humain et à l'écoute des besoins

Vous avez une **personnalité sociable et le sens du contact avec les gens.** Vous aimez rencontrer de nouvelles personnes tous les jours et établir des relations de confiance. Vous êtes aussi une personne très à l'écoute, de vos clients, comme de vos consultants. Vous arrivez à vous mettre à la place de votre interlocuteur et cherchez toujours à **comprendre au mieux son besoin** et ses envies pour l'accompagner le plus efficacement possible dans son projet.

### — Vous vous faites accompagner

En choisissant le métier de Business Manager, vous avez la chance d'**être accompagné par toute une équipe déjà opérationnelle** qui vous épaula dans la création de votre activité. L'avantage est que vous pouvez vous appuyer sur l'expérience de votre manager pour vous apporter des conseils et un regard extérieur sur le développement de votre activité. C'est un véritable plus !! Vous vous faites accompagner au quotidien dans l'unique objectif de réussir. N'hésitez pas à solliciter votre manager, la direction, vos collègues pour vous apporter les meilleurs conseils !



Pour savoir quel type de Business Manager vous êtes, répondez à notre test !

# 02

## Construire son portefeuille client

La prospection permet d'identifier et contacter de nouveaux clients potentiels. Pour trouver un maximum de projets client, vous devez construire un portefeuille client !

### — Comprendre les besoins métiers

Avant de mettre en place une telle initiative, vous devez clairement en définir les raisons. Après tout, vous devez expliquer à vos prospects la valeur ajoutée de ce que vous proposez. Si vous connaissez mal les métiers de vos prospects, il est évident que vous allez avoir du mal à comprendre leurs besoins.

### — Etablir des objectifs de prospection

Commencez par définir des objectifs ambitieux mais atteignables, des objectifs qui vous permettront de mesurer vos résultats. Soyez clair dans vos objectifs. Plus ce dernier sera défini, plus vous aurez de chances de réussir. En fonction de vos objectifs, déterminez le nombre de prospects que vous devez contacter.

Par exemple, si 1 client = 50 prospects  
... Alors 15 clients = 750 prospects

### — Identifier les clients

Le portefeuille client représente l'ensemble des clients à votre charge. Il s'alimente de manière continue et demande une grande rigueur.

Pour identifier plus facilement les grands comptes susceptibles d'avoir des besoins, pensez au chiffre d'affaires. Observer le chiffre d'affaires d'une société permet d'identifier ses moyens et donc de déduire si elle est intéressante à contacter ou non.

### — Identifier les bons contacts

Une fois les sociétés ciblées, il faut maintenant réussir à identifier les bons interlocuteurs. Privilégiez alors les personnes clés, comme le directeur technique, le directeur industriel, les acheteurs, les chefs de projets techniques, les responsables bureau d'études méthode, qualité ou industrialisation.

Les CVtech (comme LinkedIn, Indeed, Cadremploi, Monster, etc) peuvent également s'avérer être des outils très utiles pour identifier des contacts pertinents. Intéressez-vous aux relations de vos concurrents, à l'actualité, qui peuvent représenter de potentiels clients.

### — Utilisez votre réseau !

Vos clients et vos consultants sont vos premiers contacts, travaillez avec eux ! Demandez-leurs s'ils ont dans leurs relations des personnes qui pourraient avoir besoin de vous. N'hésitez pas à demander également à vos prospects, ils peuvent peut-être vous diriger vers quelqu'un d'autre. La relation client est un élément clé si vous voulez que votre client vous recommande auprès de son réseau.

# 03

## Concevoir un discours de prospection en béton

Chaque Business Manager a son propre discours de prospection qui est personnalisé au fil du temps en fonction de ses expériences. Nous pouvons vous aider à construire le vôtre.

### — Maîtriser la présentation de votre société et votre offre de services

Un bon discours de prospection doit être court, dynamique et concis.

En règle générale, ce sont les 30 premières secondes qui sont décisives. Le prospect sait déjà si oui ou non il souhaiterait vous rencontrer. C'est pourquoi ces 30 secondes sont primordiales. Vous devez fournir un maximum d'informations pour réussir à convaincre votre prospect.

En **30 secondes** vous devez :

- Vous présenter
- Présenter votre société
- Présenter votre offre et comment vous pouvez répondre à ses besoins
- Proposer un rendez-vous physique dans ses bureaux

Au-delà des 30 secondes, vous perdez l'attention de votre interlocuteur. Évitez le bla-bla et allez directement à l'essentiel !

### — Pour savoir ce dont votre prospect a besoin, écoutez-le !

Le premier challenge est de comprendre en profondeur votre interlocuteur, son environnement, son langage, ses logiques et ses critères d'arbitrages entre les différentes offres qui lui sont faites. Il est nécessaire de maîtriser parfaitement son discours, pour pouvoir l'adapter naturellement à tous les secteurs d'activités et à tous les clients.

### — Présentez des références de projets ou de clients

Si votre prospect a l'air intéressé et souhaite en savoir plus sur vos services avant de fixer un rendez-vous, ayez toujours en tête deux ou trois références clients. C'est l'élément qui retiendra l'attention de votre interlocuteur. Pensez à bien anticiper les meilleures références pour chaque prospect que vous contactez. Faites-vous une liste avec toutes les informations nécessaires à connaître avant votre appel !



# 04

## Réussir sa prospection téléphonique

La prospection téléphonique, c'est le nerf de la guerre. C'est un processus qui demande beaucoup de patience mais cette étape reste essentielle.

### — Faites-vous aider par votre manager

La meilleure astuce pour réussir sa prospection téléphonique c'est l'entraide. Votre coach est là pour vous former. Il peut être témoin de vos prospections téléphoniques et vous donner des conseils pour vous améliorer.



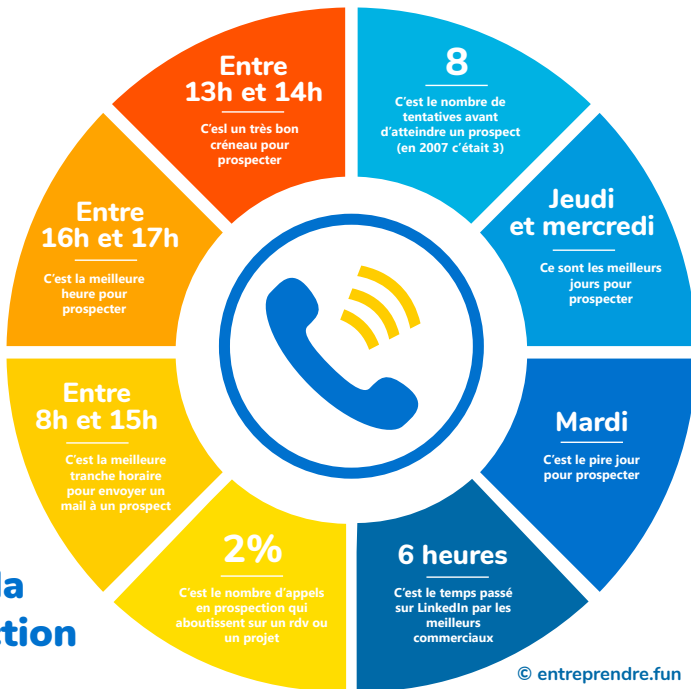
Entendre vos collègues faire leurs propres prospections téléphoniques vous permettra de pouvoir vous inspirer de leurs discours.



Pour une prospection vraiment efficace, n'oubliez pas de faire suivre votre appel par un mail de remerciement et idéalement une invitation pour un rendez-vous.

### Les chiffres clés de la prospection

(src : Newdeal)



© entreprendre.fun

# 05

## Convaincre un prospect avec les bons arguments

**Notez que tous vos prospects ont des attentes et des besoins différents. Comment procéder pour convaincre un prospect qui n'a pas spécialement de besoin ? Que faire face à un client qui n'est pas convaincu par votre discours ?**

### — L'art de séduire son prospect

Tout le monde le sait, la première impression est primordiale. Faites donc attention aux détails.

Pour cela, adoptez un langage ouvert et positif, regardez votre interlocuteur dans les yeux, ne jouez pas avec vos mains ou avec un stylo, ne parlez ni trop doucement ni trop fort et enfin, privilégiez une voix claire et posée.

Soyez transparent avec votre prospect tout en étant souriant. N'essayez pas de cacher ou d'embellir certains détails. Au contraire, soyez à l'écoute, prenez des notes et résumez ses dires pour clarifier ses intérêts. Votre prospect n'a pas de besoins spécifiques au moment de votre rencontre mais il en aura certainement bientôt. L'objectif est que lorsque ce besoin se présentera, qu'il vous contacte le moment venu. C'est en comprenant votre interlocuteur que vous construirez les meilleures solutions !

N'hésitez pas à sortir du cadre professionnel en vous intéressant aux centres d'intérêts par exemple.

### — N'ayez pas peur d'insister

Ça montrera à votre interlocuteur que vous êtes vraiment motivé à travailler avec lui et que vous êtes un battant, ça retiendra son attention. Montrez-lui que vous comprenez ses besoins et ses attentes. S'il est réticent à vous recevoir, faites-lui comprendre que cela lui fera gagner du temps le jour où il aura un besoin pour un projet.

Dites que vous êtes de passage tout en gardant le sourire :  
« Je serai vers chez vous tel jour, est-ce qu'on pourrait se voir ? »

### — Gardez contact !

Entretenez vos relations et faites des points réguliers. Suscitez l'intérêt de votre prospect, donnez-lui envie de travailler avec vous. Votre prospect doit se projeter dans l'avenir pour réfléchir à un projet commun. Devenez indispensable pour lui !

# 06

## Identifier le besoin du client

### — Parler le langage de votre client

Il n'est pas toujours évident de bien comprendre les termes techniques du client qui se trouve en face de vous pour vous expliquer son besoin. N'ayez pas peur de lui demander d'expliquer simplement. Documentez-vous, apprenez auprès de vos consultants ou de vos collègues. Au fil des rencontres vous comprendrez plus facilement les besoins et les termes techniques.

### — Ecouter votre client

Lorsque vous le rencontrez laissez-le se présenter, sa société, ses activités, ses projets, ses besoins s'il y en a. Prenez le temps de tout noter et n'hésitez pas à poser des questions. Cela favorisera l'échange et la compréhension.

Poser les bonnes questions à votre client :

Sur quels types de métiers vous intervenez ?

Avez-vous un besoin particulier aujourd'hui ?

Quel type de profil / compétences souhaitez-vous ?

### — Faire une présentation adaptée à votre client

Une fois que vous aurez compris les attentes de votre client, c'est à vous de lui expliquer que vous pouvez l'accompagner dans la réalisation de ses projets. Présentez votre société en accentuant sur le secteur d'activité de votre client. Montrez-lui que vous avez cerné ses besoins.

Anticiper la rencontre avec une présentation adaptée à votre client : plus celle-ci sera personnalisée, plus le client se sentira unique.

Pour être plus concret dans votre démarche, présentez votre offre en 4 modes d'interventions :

- Projets forfait : réalisation clés en main de projets
- Centre de services : gestion forfaitaire d'un ensemble d'activités récurrentes
- Assistance technique : engagement de moyens et facturation au temps passé
- Plateau technique : globalisation d'activité

# 07

## Recruter les meilleurs talents

La recherche de talents constitue un enjeu important du métier de Business Manager !

### — Quand recruter ?

Il est indispensable de recruter les meilleurs talents pour accompagner vos clients dans la réalisation de leurs projets avec des enjeux technologiques importants. C'est pourquoi, on distingue deux types de recrutement : l'embauche sur projet permet de recruter les meilleurs talents lorsque le client exprime un besoin auprès de vous. L'embauche sur profil permet de recruter les meilleurs talents en anticipant les besoins de vos clients.

### CV, quoi regarder ?

Vous avez trouvé de nombreux profils intéressants... et maintenant qu'est-ce qu'on regarde ?

#### Les expériences

Regardez bien les entreprises et renseignez vous sur elles

#### Les formations

Le type d'école

#### Les logiciels maîtrisés

#### Les centres d'intérêts



Nous vous conseillons de recruter via l'embauche sur profil. On pourrait la comparer à un coup de cœur professionnel ! Cette méthode de recrutement permet de choisir votre équipe en amont d'un besoin. De cette façon, vous constituez une équipe qui correspond au métier, à vos partenaires, aux valeurs de votre société. Et surtout votre équipe vous choisit comme manager.

### — Sourcer différents candidats

La première étape pour recruter les meilleurs talents vise à utiliser les différentes « CVtech » en ligne tels que LinkedIn, Cadre emploi, Monster, l'Apec, etc.

#### Les périodes creuses

Essayer de comprendre pourquoi

#### Les expériences à l'étranger

Les méthodes de travail, les normes et les outils utilisés à l'étranger ne sont pas forcément les mêmes qu'en France

#### Les souhaits

En terme de poste / de mobilité géographique



## — Le premier contact téléphonique avec le candidat

Après avoir étudié les profils les plus intéressants, il convient d'engager un premier contact.

Un appel rapide au candidat est un bon moyen d'avoir une première impression sur ses motivations.



**Visez plutôt le début de matinée ou la fin de journée, vous aurez plus de chance de les joindre à ce moment-là !**

Le but de cet appel est de se renseigner sur le projet professionnel du candidat, ses prétentions salariales et surtout ses disponibilités ! S'il est intéressé on conclut l'appel sur une proposition d'entretien. S'il ne l'est pas, n'hésitez pas à lui envoyer quand même un mail avec vos

contacts... la situation du candidat peut toujours changer ! Un contact par téléphone c'est bien, une rencontre physique c'est mieux...

## — Prendre le temps de faire connaissance avec son candidat et lui donner envie

A vous maintenant de profiter de cet échange pour apprendre à le connaître et à bien comprendre son projet professionnel. Posez-lui des questions sur lui, sur ses désirs de carrière.

Le but est de lui trouver LE projet qui le fera rêver et grandir. Il est important de le motiver et de lui montrer que vous vous intéressez vraiment à son avenir. Mettez en avant la culture de l'entreprise. Une bonne ambiance et un esprit d'équipe fort feront mouche aux yeux de votre candidat !

# 08

## Préparer son équipe à la réunion de qualification client

Le rendez-vous de qualification représente le point pivot d'un projet. C'est le moment où l'on présente son équipe, composée en général de deux consultants.

### — Savoir s'adapter

A cette étape, l'important c'est d'apprendre à bien connaître son équipe. Connaître les forces, les faiblesses, les attentes et les craintes de vos consultants vous permet de savoir sur quoi vous appuyer lors des rendez-vous de qualification et de pouvoir anticiper leurs réactions pour les aider au mieux.

Bien contextualiser la situation de l'entreprise et le profil du client permet également aux candidats d'avoir toutes les informations nécessaires pour qu'ils puissent adapter leurs discours en conséquence et se sentir le plus à l'aise possible.

Pour mettre en confiance vos consultants et leur permettre de s'améliorer, n'hésitez pas à leur faire faire des simulations en revoyant le déroulé exact du rendez-vous et en prévoyant les questions et les réponses clés.

Utiliser un support de communication bien réalisé et dynamique vous permettra de mieux capter l'attention de votre consultant qui aura plus de facilité à retenir les informations.

### — Convaincre votre client

Pour convaincre votre client, n'hésitez pas à mettre en avant l'aspect relationnel avant l'aspect commercial, en insistant sur le fait que vous avez personnellement sélectionné ces talents dans votre équipe parce qu'ils sont compétents et qu'ils correspondent à 100% à ses attentes.

Pour conclure ce rendez-vous, lors du débrief final avec le client, commencez par donner votre avis personnel sur ce rendez-vous en appuyant sur les points positifs à retenir, pour orienter le ressenti général.

Présentez vos modes d'intervention en fonction du niveau d'engagement et du niveau d'externalisation souhaité par votre client : projets forfaits, centre de services, assistance technique et plateau technique.

# Construire une proposition financière et savoir la négocier

**Vous avez cerné le besoin de votre prospect ? Vous avez convaincu votre prospect que vous pouvez l'accompagner dans la réalisation de ses projets ? Si vous répondez oui à toutes ces questions c'est que vous y êtes presque ! Il ne vous reste plus qu'à construire une proposition financière adaptée.**

## — Personnaliser votre proposition financière

Votre client doit sentir que vous prenez en compte ses besoins. Pour cela, nous vous conseillons de structurer et de détailler au mieux la proposition financière avec les différentes étapes du projet. La meilleure arme pour défendre votre proposition est de justifier économiquement l'investissement du client.

Une proposition financière est un outil décisionnel qui transforme votre prospect en client. Celle-ci se déroule généralement pendant le débrief client, à la suite du rendez-vous de qualification avec votre consultant.

**Si le client veut négocier c'est qu'il est intéressé par votre candidat ! C'est donc une bonne chose. C'est à vous de trouver les bons arguments pour défendre votre proposition !**

## — Anticiper la négociation

Nous entrons ici dans la phase de négociation : la dernière étape avant la signature du contrat. La phase de négociation n'est pas si facile que ça ! Les techniques de négociation vont donc entrer en jeu. C'est normal. Une erreur à ne surtout pas commettre c'est d'entamer la négociation sans s'être suffisamment préparé ni informé sur votre client.

Pour cela, nous vous conseillons de vous préparer avant votre rendez-vous. Faire une simulation avec votre manager vous permettra de maîtriser votre sujet. Voici les thématiques sur lesquels vous devez vous concentrer :

### L'importance de votre consultant au sein de son projet

Argumenter sur les compétences de votre consultant. Prouvez qu'il est indispensable pour mener à bien le projet.

### Le retour sur investissement de votre client

Le fait de signer votre contrat sera rentable pour votre client.

### Les garanties que vous pouvez offrir à votre client

Pour le convaincre, dites-lui sur quoi il peut compter.

### Défendez votre tarif. Il existe différents leviers de négociations

La durée du contrat, la date de démarrage du projet, le niveau de qualification et de responsabilité etc.

# 10

## Manager son équipe et ses clients

**Apprenez à connaître et à écouter votre équipe et vos clients ! Pour cela, nous vous avons listé différents moyens pour gérer le suivi.**

### — Apprenez à connaître votre équipe : soyez à l'écoute !

Pour bien commencer un projet, offrez l'opportunité à votre client et votre consultant d'apprendre à mieux se connaître. C'est une étape primordiale car ils vont devoir se côtoyer tout au long du projet.



Vous pouvez aller déjeuner avec vos clients ou consultants pour apprendre à mieux les connaître ou pratiquer un sport collectif pour favoriser l'esprit d'équipe.



Chaque semaine, prenez le temps d'écouter vos consultants et clients. Offrez leur l'opportunité de discuter avec vous concernant différents sujets et voir s'ils ont des remarques ou des questions. Cela permettra de faire des points d'avancement sur le projet et de favoriser les liens.

### — Soyez réactif et transparent

Si votre client ou consultant cherche à vous contacter, soyez réactif ! Être réactif, c'est aussi être présent sur plusieurs canaux de contact afin d'être facilement joignable : numéro de téléphone, email ou physique... Offrez leur la possibilité de pouvoir vous joindre facilement afin que vous répondiez à leurs interrogations. Cela favorise la confiance envers vous.

N'hésitez pas à rester transparent et discuter ouvertement avec eux. Être transparent c'est aussi avoir l'opinion de votre équipe : mettez en place des processus de suivi à l'aide des questionnaires de satisfaction pour vos clients et vos consultants. C'est de cette manière que vous pourrez améliorer votre relation avec eux.

### — Piloter l'évolution de carrière de votre équipe

Pensez à l'avenir et essayez de faire évoluer la carrière de vos consultants. Positionnez-vous en faveur de votre équipe et soyez à l'écoute. Offrez-leur l'opportunité de participer à des projets d'envergure en France ou à l'international. Le métier de consultant ingénieur est très varié car les projets peuvent être très différents les uns des autres. Faites-le savoir à votre consultant ! Et surtout soyez attentif à ses besoins !

De même pour votre client, soyez attentif à leurs besoins. De cette manière, vous fidéliserez votre client : vous créerez ainsi un attachement et un lien entre vous et votre client. Ainsi, vous pourrez l'accompagner dans d'autres projets !



# 11

## Savoir gérer les imprévus

**Un différend avec un client ? un consultant ? ou même entre deux membres de votre équipe ? Ça peut arriver. Et c'est une situation face à laquelle vous pouvez être confronté à n'importe quel moment de votre carrière. Mais, peu importe la gravité de la situation, il est primordial de savoir quelle posture adopter pour réussir à la gérer.**

### — Restez calme

La première étape, et sûrement la plus importante, c'est de toujours garder son calme. Inutile de paniquer ou de réagir excessivement, vous risquez de prendre de mauvaises décisions. Prenez le recul nécessaire sur la situation et essayez de définir la stratégie la plus judicieuse à adopter pour contrôler cet imprévu et le dépasser, tout en donnant l'impression d'une parfaite maîtrise.

### — Appliquer la technique de l'écoute active

La technique de l'Écoute Active s'avère être une technique très utile pour réussir à identifier efficacement l'origine d'une crise et creuser le problème en profondeur. Comment l'appliquer ?

Laissez s'exprimer votre interlocuteur sans jamais l'interrompre.

Posez-lui uniquement des questions ouvertes de type "Quoi ; Comment ; Pourquoi ?" qui

impliquent des réponses détaillées et évitez les questions fermées de type "Est-ce que ?".

Ecoutez attentivement les réponses de votre interlocuteur et réutilisez ses mots dans vos questions pour montrer que vous êtes sur la même longueur d'onde.

Répétez les phrases clefs de votre interlocuteur pour lui montrer que vous avez bien compris son message.

### — Soyez transparent

Pour gérer correctement un imprévu, la transparence est votre meilleure arme.



**Prévenez immédiatement votre responsable ainsi que toutes les parties prenantes et soyez transparent avec eux. Transmettez les bonnes informations et soyez honnête avec votre client ou votre consultant si vous faites face à un problème.**

### — Essayer d'en tirer du positif

Quel que soit la gravité et le dénouement de la situation, chaque expérience est bénéfique sur le long terme. Elles vous apprendront à vous adapter à toutes les situations, à réagir rapidement et surtout à anticiper les potentielles situations critiques à venir sans faire les mêmes erreurs.

# 12

## Les évolutions de carrière possible pour un Business Manager

Plusieurs opportunités de carrière s'offrent au Business Manager. L'avantage de ce métier c'est qu'il évolue en permanence. Et comme vous l'aurez compris, c'est un métier rythmé, où l'on ne s'ennuie jamais. Bannissez donc le terme flâner de votre vocabulaire et adoptez la « move » attitude !

Si vous souhaitez rapidement évoluer dans un environnement challengeant, découvrez donc les opportunités qui s'offrent à vous.

### — Business Manager Junior



L'expérience agap2 est avant tout une aventure humaine. C'est un environnement exigeant et dynamique qui m'a donné l'opportunité de vivre pleinement une carrière d'entrepreneur, de me dépasser au quotidien et d'être maîtresse de ma réussite. Rejoindre agap2, c'est rejoindre une famille jeune, joyeuse et motivée qui t'accompagne et te pousse constamment vers le haut.

Tout comme Fadwa, vous serez amené à développer une carrière d'entrepreneur. On vous offre les clés pour développer votre activité.

Vous êtes accompagné et formé tout au long de votre carrière dans une ambiance start-up, jeune et dynamique !

### — Business Manager Coach



agap2 m'a permis d'évoluer rapidement vers un poste à responsabilités. J'assume aujourd'hui le management d'une équipe d'ingénieurs consultants et l'encadrement de Business Manager Junior. Le groupe a su me faire confiance et j'ai pu développer mes compétences dans un environnement dynamique au sein d'une structure en forte croissance. Être agapien c'est se lancer dans une aventure humaine où tout est possible !

Tout comme Guillaume, vous êtes amené à avoir des responsabilités. Le rôle principal d'un Business Manager Coach est de manager toute une équipe de Business Manager et de consultants ingénieurs ! Vous avez un rôle d'accompagnateur et de formateur. Vous développez leurs performances, les motiver et booster tout en maintenant une bonne ambiance et un bon esprit d'équipe.

## — Responsable du développement d'autres secteurs d'activités



**Laura**  
Responsable agap2 Life Sciences Lyon

J'ai commencé en tant que Business Manager Junior en 2015. J'ai été formée et encadrée par un Manager. Très vite, j'ai eu des responsabilités en étant jeune. Aujourd'hui, je suis responsable agap2 Life Sciences à Lyon. Ce métier est clairement une école de la vie. On apprend beaucoup tant au niveau humain qu'au niveau managérial. Pour faire ce métier, il faut avoir une âme d'entrepreneur.

Tout comme Laura, vous êtes en charge de développer toute une activité au sein de la société. Vous partez de 0 pour construire toute une équipe qui développe un nouveau secteur d'activité au sein de la société.

## — Responsable d'agence en France



**Laurianne**  
Responsable d'agence agap2 Grenoble

J'ai débuté mon parcours chez agap2 début 2015 en tant que Business Manager sur l'agence de Grenoble. J'ai accepté de relever le défi agapien pour la qualité des projets industriels sur lesquels nous faisons intervenir nos ingénieurs consultants ainsi que pour les

possibilités d'évolution au sein du groupe. De par mon engagement professionnel, et la confiance que m'a apportée agap2, j'ai repris avec joie la responsabilité de l'agence d'agap2 Grenoble mi 2017.

Tout comme Laurianne, vous êtes responsable de la tenue des objectifs, tant d'un point de vue qualitatif que quantitatif, de votre Business Unit. Vous dirigez, animez et coordonnez les secteurs d'activités sur la zone géographique dans lequel vous intervenez.

## — Business Manager à l'international



**Paul & Louis**  
Business Managers agap2 Suède

Nous avons eu la chance d'intégrer agap2 en tant que Business Managers et d'ouvrir la première agence suédoise !

Dans un premier temps, nous avons été formés à Lyon puis nous sommes partis à l'aventure direction Stockholm. Dès notre arrivée, nous nous sommes spécialisés dans le domaine de la santé et les responsabilités ont suivies.

En effet, l'agence prenant de l'ampleur rapidement les enjeux ont évolués : connaissance du droit du travail local, recrutement et management de locaux (managers et RH)... en parallèle de la position de Business Manager classique !

Ainsi, nous sommes ravis de l'expérience et des responsabilités qui nous ont été confiées.

Tout comme Paul & Louis, vous êtes amené à ouvrir une agence à l'international. Vous avez la chance d'être appuyé, accompagné et conseillé par le groupe tout en étant autonome. Vous devenez alors un véritable entrepreneur !

## — Directeur Opérationnel



Je suis arrivé chez agap2 en novembre 2008 en tant que Business Manager Junior.

Mon rôle a été de partir d'une page blanche, surtout à Lyon à l'époque. On était tout juste une vingtaine. Comme pour chaque Business Manager, je devais développer l'activité de la société. Ça a mis du temps pour démarrer. A force de travail et d'acharnement et beaucoup de soutien de la part du management et de la direction, au bout d'un an, j'avais une équipe de 16 ingénieurs consultants. Par la suite, j'ai intégré mon premier Business Manager Junior.

Ça faisait presque 2 ans que j'étais dans la société. Le patron de Lyon de l'époque a eu la proposition de créer une nouvelle filiale pour le groupe. Son départ a laissé de la place sur

Lyon. Au vu des résultats, on m'a proposé de reprendre l'activité lyonnaise. J'étais donc le nouveau directeur de Lyon. Clairement, le costume était très grand. J'avais 25 ans à l'époque. C'était très challengeant.

On a eu de la croissance et notre objectif était de refaire des petites structures. On a donc ouvert une agence à Grenoble. Un an plus tard, on ouvrait agap2 Aix-en-Provence. Ce sont des managers de Lyon en réussite qui sont partis à l'aventure dans chacune de ces villes.

Et depuis 2016, un nouveau responsable d'agence a été désigné sur Lyon. En début 2017, on m'a proposé de défricher à l'international. Et donc depuis un an, on explore un peu ce qu'on peut faire aux Pays-Bas et en Suède avec une équipe de jeunes Ingénieurs d'Affaires qui sont sur place. On a déjà des premiers résultats.

Tout comme Nicolas, vous occupez un poste stratégique dans lequel vous gérez l'ensemble des activités de plusieurs agences en France et à l'international. Vous disposez de compétences managériales et organisationnelles notamment pour animer vos équipes et gérer plusieurs projets transverses.

# Conclusion

## Le début d'une aventure

### Business Manager, le début d'une aventure !

Sachez que si vous avez choisi ce métier c'est avant tout pour oser une expérience de la vie. C'est bien plus qu'un métier, c'est un choix de vie, une expérience unique qui vous permettra de faire des rencontres, de créer des liens, de partager des valeurs humaines avec vos collègues, votre équipe, vos clients.

Chez agap2, nous partageons des valeurs humaines auxquelles nous attachons une grande importance notamment un esprit start-up pour développer son activité en continu et un esprit d'équipe où l'entraide et la bonne entente sont au rendez-vous !

Osez entreprendre chez agap2 c'est oser le développement de votre activité en toute autonomie. Nous sommes présents pour vous aider et vous accompagner dans vos projets.

En suivant les bonnes pratiques de ce guide, vous parviendrez à respecter vos objectifs et ainsi devenir un excellent Business Manager.

Le reste est entre vos mains ! Nous comptons sur vous :)

DO YOU

SPEAK

BUSINESS  
MANAGER

?

A

### agap2

Groupe européen d'ingénierie et de conseil opérationnel spécialisé dans l'industrie et l'IT.

### Agapien

Les talents du groupe agap2 partageant une aventure humaine où tout est possible !

### Ambition

C'est l'état d'esprit à avoir !

B

### Baby-Foot

Le jou-jou pour challenger vos collègues lors d'un tournoi :)

### Besoin

C'est un projet chez votre client défini auquel agap2 répond par 4 modes d'interventions : projets forfait, centre de services, assistance technique et plateau technique.

### Business

Lorsque le Business Manager et son équipe accompagnent le client dans la réalisation de son projet.

### Business Unit

Département regroupant plusieurs Business Manager comptant une équipe de plusieurs ingénieurs consultants.

C

### Chargé d'affaires

Un métier bien différent de Business Manager ou d'Ingénieur d'Affaires. A ne surtout pas confondre !!

### Challenge

Dépassement de soi et relever des défis !

### Coach

Business Manager Senior responsable d'un ou de plusieurs Business Managers junior et d'une équipe d'Ingénieurs Consultants. C'est THE référence et c'est celui qui vous accompagnera durant toute votre formation.

## Créativité

La capacité pour vous de construire et de mettre en œuvre de nouveaux projets !

## Croissants ou Pains au chocolat

C'est ce qu'il faut apporter pour tous événements (anniversaire, naissance, mariage, réussite...) à vos collègues, votre équipe ou vos clients :)



## Débrief client

Le moment où vous et votre client faites un point suite au rendez-vous de qualification avec votre équipe.

## -Défaite-

A bannir de votre vocabulaire !

## Discours

C'est une synthèse orale que vous devez maîtriser jusqu'au bout des doigts... que vous allez répéter jour et nuit.

## Dossier de compétences

C'est un CV plus détaillé de vos ingénieurs consultants pour aider votre client à mieux cerner les types de profils dont vous disposez pour l'accompagner dans ses projets.

## Dynamisme

C'est une personne qui manifeste de l'énergie et de l'efficacité !



## Écoute

C'est la base du métier de Business Manager.

## Embauche directe sur profil

C'est le recrutement des meilleurs talents en anticipant les besoins de vos clients.

## Embauche sur projet

C'est le recrutement des meilleurs talents lorsque le client affirme un besoin auprès de vous.

## Entrepreneuriat

C'est le développement de votre propre activité.

## Évolution

C'est saisir les opportunités de carrières qui s'offrent à vous !



## Fédérateur

C'est ce qui vous permet de rassembler votre équipe !

## Fiche d'entretien

Votre meilleur ami lors de vos entretiens !

## Formation

C'est ce que vous allez acquérir tout au long de votre expérience chez agap2 !

## Fun

L'état d'esprit à adopter au quotidien



## Guide

C'est votre meilleur allié ! Le guide des 12 bonnes pratiques du Business Manager que vous transportez partout où vous allez !



## Humain

C'est l'esprit agapien !



## Ingénieur d'Affaires

C'est un autre terme pour définir le métier du Business Manager. C'est le même métier !



## Junior

C'est ce que vous êtes lorsque vous commencez le métier de Business Manager ! Vous disposez d'une équipe d'ingénieurs consultants.



## Management

C'est le suivi et la gestion de votre équipe et vos clients

## Manager

C'est un autre terme pour définir le métier du Business Manager. C'est le même métier !



## Négociation

C'est l'art de commercer et la dernière étape avant la signature du contrat avec votre client.



## Orateur

C'est l'art de savoir parler face à ses clients et son équipe. Un atout primordial pour un Business Manager.



## Patron

C'est ce que vous êtes ! Un véritable dirigeant d'entreprise !

## Persuasion

C'est l'art de convaincre vos clients et votre équipe.



## Point d'Avancement Projet

Réunion régulière avec votre client pour faire un point sur le projet en cours.

## Projet

Intervention de votre équipe d'ingénieurs consultants chez votre client.

## Propal

Proposition financière que vous soumettez à votre client.

## Prosp

Prospection commerciale, rendez-vous chez votre prospect pour identifier des besoins potentiels.



## Qualification

Rencontre entre vous, votre équipe et votre client pour répondre à un besoin.



## Rapport d'avancement projet

Réunion régulière avec votre ingénieur consultant pour faire un point sur le projet en cours.

## Recrutement

Embauche des meilleurs talents !

## Relationnel

C'est THE qualité requise pour gérer son équipe.



## Sourcing

Identification des CV sur des sites de recrutement

## Sourire

A garder quoiqu'il arrive ! :)



## Téléphone

Votre meilleur ami pour joindre votre équipe, vos clients et vos prospects !



## Yes !

Souvent prononcé après la signature d'un contrat !



## Zen

L'attitude à adopter !

agap2

entreprendre.fun