

26 novembre 2009

COMMUNIQUE

Michelin devient membre fondateur de la Chaire Développement Commercial du Groupe ESC Clermont

Michelin et le Groupe ESC Clermont ont signé aujourd'hui un accord de partenariat dans le cadre de la Chaire Développement Commercial créée en juin dernier. Michelin est ainsi la première grande entreprise à s'associer à la chaire de l'école.



Concrètement, il s'agit d'un partenariat de « recherche – intervention » par lequel le manufacturier et l'école échangeront leur expertise et entreprendront des actions concrètes sur de nombreux thèmes relatifs à la vente : organisation et administration des ventes, gestion de la relation client, management commercial notamment.

La première action consistera à donner une étude de cas aux étudiants de l'école : « Analyse des méthodes commerciales de la division poids lourd de Michelin en Europe ».



Ce partenariat constitue un nouveau renforcement des relations historiques de Michelin et de l'ESC. Il s'inscrit aussi dans la politique de Michelin de nouer des partenariats qualitatifs avec des écoles ciblées, de les accompagner dans la formation de leurs étudiants, de présenter l'entreprise aux jeunes et de leur proposer des stages et des emplois.



Pascal Brassier, enseignant titulaire de la Chaire, explique :
" *Lieu de coopération entre Ecole et Entreprise, une chaire d'entreprises vise à développer une expertise d'enseignement et de recherche sur des thématiques définies en partenariat avec les entreprises. Ce qui caractérise celle du Groupe ESC Clermont, c'est l'alchimie 'recherche-intervention'. Le chantier que l'on ouvre avec Michelin nous permettra d'approfondir les facteurs de performance commerciale sur plusieurs centaines de commerciaux basés en Europe. Une manne pour nous, chercheurs ; l'opportunité pour l'entreprise d'appliquer simultanément des outils ciblés de formation et de management commercial*".

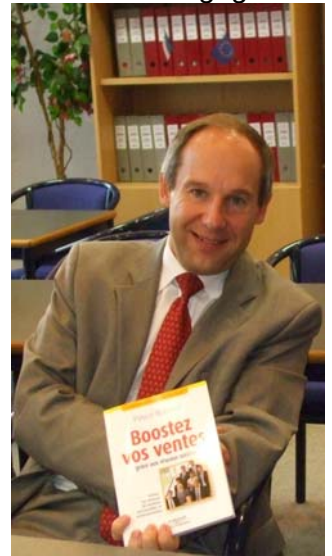
Stéphane Roy, Directeur des Compétences Marketing & Ventes Michelin, commente :

" *Les besoins et les comportements d'achat des clients évoluent et se diversifient. Les offres du Groupe Michelin s'adaptent en conséquence et deviennent plus sophistiquées.*

L'enjeu des équipes commerciales est de décoder les stratégies, les attentes, les circuits de décision des clients afin de les accompagner par des propositions pertinentes dont la valeur est clairement perceptible. Cette complexité est un élément désormais structurant pour les métiers de la vente.

Dans ce contexte, partager ces problématiques avec les enseignants et chercheurs de l'ESC Clermont, est non seulement un moyen d'accroître l'exposition des étudiants aux challenges actuels des fonctions commerciales, mais aussi de travailler ensemble sur les leviers de la performance commerciale. Michelin s'engage dans la Chaire avec un esprit d'ouverture mais aussi d'exigence opérationnelle. La garantie d'un partenariat gagnant-

gagnant".



Contacts presse :

Pascal Brassier, Titulaire de la Chaire Développement Commercial du Groupe ESC Clermont, pascal.brassier@esc-clermont.fr

Sophie Perrier, Service de Presse Michelin, 01 45 66 14 93, sophie.perrier@fr.michelin.com

Patricia Perrot, Relations Presse ESC Clermont, 04 73 98 24 18, patricia.perrot@esc-clermont.fr