

Vendre aux grands comptes

Vendre aux grands comptes

A l'issue de la formation, le stagiaire sera capable de comprendre les attentes d'un client grand compte et d'adapter son activité.

Durée: 14.00 heures (2.00 jours)

Avis clients 2022: En attente de vos avis !

Profils des stagiaires

- Cette formation s'adresse aux commerciaux, consultants, chargés de relation clients grands comptes en B2B.

Prérequis

- Posséder un portefeuille grands comptes ou compter au moins un grand compte dans sa clientèle.

Objectifs pédagogiques

- Comprendre les spécificités et enjeux d'un grand compte
- Définir un méthode de gestion des grands comptes
- Comprendre les missions et challenges d'un responsable grands comptes
- Maîtriser les spécificités de l'approche grand compte
- Concevoir un plan de compte
- Savoir négocier avec une service achat

Contenu de la formation

- Les clients grands comptes : Comprendre les spécificités et enjeux d'un grand compte
 - Définition et caractéristiques clés des grands comptes
 - Fonctionnement des grands comptes - Complexité : Multitude de services, Décideurs, Acheteurs, Réseau, Fonctionnement Administratif, Retour sur investissement - Conséquences sur le processus de décision - La fonction « Achats »
 - Les préoccupations de grands comptes - Points de vigilance par rapport aux fournisseurs ; Respect des règles administratives, Indépendance économique, Qualité des prestations fournis, Service après-vente
 - Activité : Réflexion et échanges en sous-groupe / Définition d'un cas client
- La finalité de la démarche grands comptes
 - La rentabilité de compte
 - La coopération
 - Développer et établir la notion de confiance relationnelle et structurelle à long-terme
 - La création de valeur pour le client
- Le métier du responsable grands comptes, ses missions et challenges :

Date de mise à jour du programme : 20/01/2023

- Compétences techniques, commerciales et comportementales - Gestion du temps, difficultés, conflits, réseau, information - Commercial, Diplomate, Stratège, Manager, Leader - Identifier dans son entreprise les ressources disponibles et agir en chef d'orchestre. - Devenir l'interlocuteur privilégié, être écouté du « top » management. - Avoir une vision 360° de son périmètre et actions
- Activité individuelle : auto diagnostique
- Les spécificités de l'approche grands comptes
 - Connaître son client pour identifier les leviers d'action - Méthode : GRID / FEDAU pour identifier les acteurs. - Outil : mapping de l'influence, « sociogramme » dans les processus d'achat. - Objectifs et enjeux d'un DG, d'un DAF, d'un directeur des achats.
 - Spécificités des grands comptes : fidélisation, prospection
 - Concept de Domaine d'activité stratégique – Segmentation et ciblage
 - Définition du positionnement de vos offres
 - Expression de votre proposition unique de valeur
 - Activité individuelle/groupe : bâtir un GRID, et un « Sociogramme » pour une prochaine visite grand compte.
- Développer et gérer un grand compte
 - Établir le portrait de ses comptes : historique, besoins, comportements
 - Rédiger une fiche d'analyse du compte
 - Savoir déterminer le potentiel de son portefeuille clients
 - Analyser son marché et sa concurrence.
 - Utiliser la matrice SWOT afin de se situer.
 - Évaluer son portefeuille clients selon son attractivité business : résultats et performances. Estimer la capacité de production de son entreprise face aux besoins
 - Segmenter ses clients et cibler ses actions : chasse, élevage
 - Déterminer ses objectifs alignés avec la politique commerciale globale
 - Définir son plan de compte et la stratégie de développement de son compte
 - Élaborer et présenter son plan de compte (objectifs court et moyen termes)
 - Définir la stratégie de pénétration du compte en entonnoir, définir des objectifs SMART
 - Identifier les points d'entrée et le plan d'action qui en découle.
 - Le business récurrent et le « new business »
 - Savoir identifier les éléments créateurs de valeur.
 - Faire converger les projets pour élargir les deals
 - Activité individuelle/groupe : Établir la matrice SWOT et rechercher les éléments de création de valeur spécifiques à son activité commerciale, à ses produits/solutions.
- Définir et suivre son plan d'action commercial
 - Faire la vente en « interne » : convaincre sa hiérarchie pour obtenir des moyens.
 - Définir un plan d'action commercial
 - Aligner l'équipe de compte sur son plan
 - Mobiliser les équipes pour saisir les opportunités et garantir en excellence de services
 - Suivre et analyser la performance de ses actions : tableau de bord et outils de suivi.
 - Dresser des rapports d'activité et d'avancement pour préserver le soutien interne.
 - Mettre en place des indicateurs de suivi de la performance de l'activité commerciale
 - Activités : Individuel : Bâtir son plan d'action grand compte – Jeu de rôle : Présenter son plan de comptes au management
- Déployer une stratégie de fidélisation
 - Définir les indicateurs de performance en adéquation avec le business et le modèle commercial

Date de mise à jour du programme : 20/01/2023

ROUTE TO BUSINESS

574 chemin de Wette Fays

69300 Caluire-et-Cuire

Email: anaissoragna@route2business.fr

Tel: 0478725264



- Évaluer et maintenir le niveau de satisfaction client.
- Conserver l'intérêt de sa clientèle
- Construire son plan d'action relationnel.
- Contrôler les modalités de réalisation du contrat : délai, qualité...
- Assurer le suivi de la relation commerciale et de ses performances : rapports de suivi
- Garantir un après-vente de qualité.
- Être le garant de la promesse contractuelle dans le respect des termes et conditions
- Négocier avec un grand compte et un service achats
 - Préparer sa négociation face à des grands comptes
 - Comprendre les acheteurs et maîtriser leurs techniques
 - Connaître le métier d'acheteur pour mieux comprendre son rôle et sa mission
 - Comprendre les rapports de force dans la négociation
 - Les outils et pouvoirs de l'acheteur
 - Identifier et reconnaître les techniques utilisées pour mieux déjouer les pièges
 - Préparer la négociation
 - Connaître ses marges de manœuvre
 - Sélectionner ses arguments et concevoir son argumentation
 - Maîtriser les éléments financiers de la proposition
 - S'assurer d'avoir vendu avant de négocier
 - Vérifier et préparer ses outils et aides matérielles
 - Structurer sa présentation et la trame de son entretien de négociation
 - Exercice, utiliser le sociogramme de décision pour mener une négociation et définir le poids de chaque décideur

Organisation de la formation

Equipe pédagogique

Didier Fraisse

Dirigeant, Spécialiste en Stratégie et Business Model Editeurs

@ : didierfraisse@route2business.fr

Tél : 06 72 52 68 80

Adriana SHPAK

@ : adriana@route2business.fr

Anais Soragna

Responsable administratif / référent handicap

@ : anaissoragna@route2business.fr

Tél : 04.78.72.52.64

Moyens pédagogiques et techniques

- Accueil des apprenants dans une salle dédiée à la formation.
- Documents supports de formation projetés.
- Exposés théoriques
- Etude de cas concrets

Date de mise à jour du programme : 20/01/2023

ROUTE TO BUSINESS

574 chemin de Wette Fays

69300 Caluire-et-Cuire

Email: anaissoragna@route2business.fr

Tel: 0478725264



- Quiz en salle
- Mise à disposition en ligne de documents supports à la suite de la formation.

Dispositif de suivi de l'exécution de l'évaluation des résultats de la formation

- Feuilles de présence.
- Questions orales ou écrites (QCM).
- Mises en situation.
- Formulaires d'évaluation de la formation.
- Certificat de réalisation de l'action de formation.

Accessibilité

Formation à distance ou en présentiel en intra-entreprise

Pour les formations en ligne, une bonne connexion internet est indispensable.

En présentiel, les locaux sont conformes à la réglementation sur l'accessibilité dans les ERP.

Pour tout besoin spécifique, merci de contacter notre référent handicap :

Anais Soragna : @anaissoragna@route2business.fr / 0478725264

Delai d'accès à la formation

Les inscriptions sont ouvertes jusqu'à 1 semaine avant le début de la formation.

Date de mise à jour du programme : 20/01/2023