

Objectifs pédagogiques

Maîtriser les techniques d'analyse d'un portefeuille Grands Comptes.

Collecter et utiliser les informations stratégiques.

Dresser la cartographie des circuits de décisions.

Se définir un plan d'action.

Public

Commerciaux, Ingénieurs d'affaires, Technico-commerciaux...

Prérequis

Aucun

Durée

2 journées (14 heures)

Modalités pédagogiques

Formateur expérimenté et spécialiste dans son domaine d'intervention.

Méthode active et participative.

Alternance d'apports théoriques, de présentation d'outils, méthodes concrètes et mises en situation pratiques.

Approche basée sur l'expérience des participants.

Moyens et supports pédagogiques

Support de cours numérique et attestation de formation remis en fin de formation.

Modalités d'évaluation et de suivi

Mises en situation pratiques tout au long de la formation pour favoriser l'appropriation des concepts et outils abordés.

Mémorisation des points essentiels de la formation avec des synthèses proposées régulièrement par l'intervenant.

Évaluation des acquis via un quiz des connaissances en fin de session.

- **Caractéristiques de la vente grands comptes**
 - Qu'est-ce qu'un grand compte
 - Les spécificités de la vente grands comptes
 - Être commercial grands comptes
- **Définir sa stratégie grands comptes**
 - Dresser la cartographie d'un compte
 - Croiser attractivité pour l'entreprise et probabilité de vente
 - Identifier les informations à recueillir
 - Cerner la concurrence
 - Établir une stratégie d'approche du grand compte
 - Partager sa stratégie sur un compte clé, mobiliser et faire adhérer les équipes internes
- **Comprendre les circuits de décision**
 - Les différents acteurs
 - Interlocuteurs clés et décisionnaires
 - Identifier rôles et sphères de pouvoir
 - Comprendre leurs motivations d'achat
- **Élaborer un plan d'action grand compte**
 - Segmenter son portefeuille
 - Établir une stratégie par segment
 - Construire son mode de veille d'informations : informateurs, prescripteurs
 - Développer son réseau relationnel chez le client
 - Bâtir son plan d'action
 - Décider du GO / NO GO selon le potentiel de la cible
- **L'entretien grand compte**
 - Rappels sur la conduite d'un entretien de vente (étapes à respecter)
 - Définir sa marge de manœuvre
 - Présenter son offre et l'argumenter
 - Déjouer les pièges des acheteurs
 - Aller à la signature
- **Les actions de suivi**
 - Savoir garder le contact
 - Mettre en place des actions de fidélisation