

Gérer les grands comptes

Cours Pratique de 2 jours - 14h

Réf : ATG - Prix 2024 : 1 300€ HT

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

OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

À l'issue de la formation l'apprenant sera en mesure de :

Maîtriser les spécificités et les enjeux d'un grand compte

Comprendre le fonctionnement et les attentes d'un service achats

Développer et fidéliser un grand compte

Négocier avec un grand compte et un service achats

Suivre son grand compte

MÉTHODES PÉDAGOGIQUES

En complément de cette formation, ORSYS met à disposition des adhérents Atlas des modules de Mobile Learning. Ils seront disponibles 7 jours avant la formation et pendant 30 jours après la formation.

TRAVAUX PRATIQUES

Ce stage, très interactif, s'appuie sur des exercices et l'élaboration d'un plan d'actions individuel basé sur des situations et études de cas.

LE PROGRAMME

dernière mise à jour : 10/2022

1) Comprendre le fonctionnement d'un grand compte

- Comprendre les spécificités d'un grand compte.
- Identifier les axes stratégiques du grand compte.
- Etablir la cartographie d'un grand compte.
- Identifier les acteurs clé du grand compte.

Exercice : Les stagiaires, à partir d'un grand compte issu de leur portefeuille client, établissent la liste des acteurs clés et commencent la rédaction de leur plan d'action commercial.

2) Comprendre les circuits de décision d'un grand compte

- Identifier les différents circuits de décision.
- Mesurer le pouvoir des acheteurs.
- Identifier avec précision le rôle, le pouvoir, la position interne, l'influence de chaque acteur clé.

Exercice : Les stagiaires, à partir d'un grand compte issu de leur portefeuille client, complètent la cartographie du compte et implémentent leur plan d'action commercial.

3) Préparer les futures négociations

- Faire du lobbying sur le compte et favoriser l'émergence d'un sponsor.
- Savoir valider une information pour l'utiliser en toute sécurité.
- Comprendre les 7 leviers de la négociation, les mesurer.
- Rechercher la "douleur" et la valoriser.
- Influencer le choix des critères de décision.
- Développer une stratégie d'influence : comment, par quels moyens.

PARTICIPANTS

Commercial, consultant, chargé de relation clients grands comptes.

PRÉREQUIS

Aucune connaissance particulière.

COMPÉTENCES DU FORMATEUR

Les experts qui animent la formation sont des spécialistes des matières abordées. Ils ont été validés par nos équipes pédagogiques tant sur le plan des connaissances métiers que sur celui de la pédagogie, et ce pour chaque cours qu'ils enseignent. Ils ont au minimum cinq à dix années d'expérience dans leur domaine et occupent ou ont occupé des postes à responsabilité en entreprise.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Le formateur évalue la progression pédagogique du participant tout au long de la formation au moyen de QCM, mises en situation, travaux pratiques...

Le participant complète également un test de positionnement en amont et en aval pour valider les compétences acquises.

MOYENS PÉDAGOGIQUES ET TECHNIQUES

- Les moyens pédagogiques et les méthodes d'enseignement utilisés sont principalement : aides audiovisuelles, documentation et support de cours, exercices pratiques d'application et corrigés des exercices pour les stages pratiques, études de cas ou présentation de cas réels pour les séminaires de formation.
- À l'issue de chaque stage ou séminaire, ORSYS fournit aux participants un questionnaire d'évaluation du cours qui est ensuite analysé par nos équipes pédagogiques.
- Une feuille d'émargement par demi-journée de présence est fournie en fin de formation ainsi qu'une attestation de fin de formation si le stagiaire a bien assisté à la totalité de la session.

MODALITÉS ET DÉLAIS D'ACCÈS

L'inscription doit être finalisée 24 heures avant le début de la formation.

ACCESSIBILITÉ AUX PERSONNES HANDICAPÉES

Vous avez un besoin spécifique d'accessibilité ? Contactez Mme FOSSE, référente handicap, à l'adresse suivante psh-accueil@orsys.fr pour étudier au mieux votre demande et sa faisabilité.

- Identifier les objections potentielles.

Exercice : Les stagiaires, à partir d'un grand compte de leur portefeuille, identifient les critères de décision, mesurent les 7 leviers de la négociation et élaborent un diagnostic de leur capacité d'influence.

4) Négocier avec un grand compte

- S'assurer de sa MESORE (Meilleure Solution de Repli).
- Identifier le coût du changement.
- Dresser la matrice des acteurs du changement.

Exercice : Les stagiaires, à partir d'un grand compte de leur portefeuille, cherchent à établir le coût du changement pour le client. Ils implémentent leur plan d'action commerciale.

5) Définir les indicateurs de suivi et piloter son grand compte

- Etablir son "milestone" et en définir étapes et livrables.
- Comprendre la notion de "potentialité" d'un grand compte.
- Mesurer la probabilité de réussite d'une affaire sur un grand compte, à partir d'éléments factuels et objectifs.

Exercice : Les stagiaires identifient les éléments concourant à mesurer le potentiel d'un grand compte selon les spécificités de leurs offres. Ils identifient quelques critères de qualité permettant de mesurer la probabilité de réussite d'une affaire et les appliquent sur une affaire en cours.

6) Formaliser un plan d'action individuel

- Implémentation d'un plan d'action.
- Définition de la chronologie des actions à mener, détermination des responsables.

Travaux pratiques : Finalisation et formalisation du PAC (plan d'action commercial).

LES DATES

CLASSE À DISTANCE
2024 : 06 juin, 16 sept., 12 déc.

LILLE
2024 : 16 sept.

PARIS
2024 : 30 mai, 09 sept., 05 déc.