



2 JOURS



Présentiel 14 h

(2 journées consécutifs)



Distanciel 14 h (2

journées non consécutifs

1 + 1 jour)

GERER

LES GRANDS COMPTES



PUBLICS CONCERNÉS

- Commercial, consultant, chargé de relation clients grands comptes



PRÉREQUIS

- Posséder un portefeuille grands comptes ou compter au moins un grand compte dans sa clientèle
- Apporter une proposition commerciale en cours



OBJECTIFS

- 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

Plateforme pédagogique : accessible dès 15 jours avant le présentiel et pendant 3 mois

Présentiel/classe virtuelle : alternance de théorie, d'exercices et de mises en situation



Cette formation s'adresse aux collaborateurs amenés à comprendre les attentes d'un client grand compte et à adapter son activité. Elle vous apporte une **démarche pour comprendre les enjeux et développer les grands comptes.**

ARTICULATION ET RYTHME PÉDAGOGIQUE

- 2 journées de formation synchrones
 - en présentiel (2 jours consécutifs)
 - en distanciel (classe virtuelle : 2 jours non consécutifs 1 + 1 jour)

PROGRAMME DÉTAILLÉ

EN AMONT

Ouverture de la plateforme pédagogique 15 jours avant la formation et 90 jours après la formation

- Forum collaboratif
- E-supports de formation téléchargeables

PROGRAMME DÉTAILLÉ

1. MAITRISER LES SPECIFICITES ET LES ENJEUX D'UN GRAND COMPTE

Définition du client grand compte, évolution de ses attentes et besoins

Les enjeux du client grand compte

- Enjeux de son écosystème
- Enjeux de sa fonction
- Enjeux personnels

Le « commercial grand compte » et l'évolution de ses missions et activités

Brainstorming sur les attentes d'un grand compte

Autodiagnostic sur « mes pratiques » et débriefing en groupe entier

Ateliers en 4 étapes sur ses 3 clients grands comptes prioritaires :

1. Mes 3 clients « grand compte » prioritaires
2. Quel type de fournisseur êtes-vous pour vos clients ?

SUPPORTS PÉDAGOGIQUES

Pendant la formation, chaque participant utilise un support qui reprend les concepts et différents points traités et des exercices d'application et d'entraînement.

MOYENS PÉDAGOGIQUES

- à Clichy-la-Garenne (92110) ; et à Paris :
- ▶ une salle de formation + une salle de détente au cœur du 2^e arrondissement, accessible par 4 lignes de métro
- ▶ PC, relié à un écran LCD pour vidéoprojection
- ▶ Vidéoprojecteur
- ▶ Paper-board
- ▶ Accueil avec café, thé, eau, jus d'orange et gâteaux

MODALITÉS

- INTER ou INTRA à partir de 4 participants
- **Lieux** : ILE-DE-FRANCE, NORMANDIE, HAUTS-DE-FRANCE, GRAND-EST, BOURGOGNE-FRANCHE-COMTE

ACCESSIBILITÉ

Inclusion de différents types de handicap. Vous êtes en situation de handicap, intéressé.e par le programme ? Contactez notre Référent Handicap pour préciser votre besoin : clemence.terrier@evoluteam.fr


3. Le schéma d'organisation commerciale
4. Les enjeux auxquels nous répondons


2. PREPARER SA STRATEGIE DE CONQUETE


De la stratégie au plan d'action

- Diagnostic de compte
- Les 3 V
- La matrice SWOT

Méthodologie du plan de compte

 **Atelier** : Cartographier un grand compte sur une affaire

 **Atelier** : Développer ses grands comptes et mettre en place une stratégie de conquête

 **Autodiagnostic** : Mes points fort et mes axes de développement pour développer et fidéliser mes grands comptes

 **Fiche outils** : Le plan de grand compte

3. DEVELOPPER ET FIDELISER UN GRAND COMPTE

Les 5 phases du processus de vente « grand compte »

1. Faire émerger le besoin

- La maîtrise du questionnement
- L'écoute active


2. Coconstruire la solution

- Accompagner la réflexion qui aboutit au cahier des charges
- Définir un processus de GO / NO GO

 **Atelier** : Définir un processus de Go-No Go


3. Définir sa réponse commerciale

- Construire une proposition de vente qui « parle » aux différentes fonctions
- Challenger sa propal : le stress test
- Rédiger un executive summary différenciant


 **Atelier** : Rédiger un executive summary impactant et différenciant

4. Négocier avec succès

- Les fondamentaux du fonctionnement d'un service achat
 - L'évolution de la fonction achat
 - Les typologies d'acheteurs
 - L'analyse du marché des prestations : Porter / Kraljic
 - L'analyse des coûts

 **Atelier** : discussion autour des forces et des faiblesses des pratiques commerciales face aux attentes d'un service achat

- Préparation et conduire de négociation
 - L'analyse de l'offre en mode SWOT / acheteur
 - La préparation des options claires et des gains mutuels à présenter (3 positions, MESORE, ZAP, concessions et contreparties ...)
 - La conduite la négociation par étape

 **Autodiagnostic** sur mon style de négociateur

PRIX PUBLIC

Inter : 1 390 € HT par participant

Intra : 3 850 € HT par session
(4 à 10 participants)

FINANCEMENT OPCO ATLAS

Pour les adhérents de l'OPCO ATLAS, cette formation est disponible en Action collective. Pour toute question sur le tarif Action Collective et sur le dispositif de financement associé, contactez nos conseillères formations :

- ▶ par téléphone :
01 47 39 02 02
- ▶ par mail : info@evoluteam.fr

FORMATION À DISTANCE

Pendant toute la période de votre formation, pour toute question relative à la plateforme ou pour toute assistance technique, notre équipe pédagogique en charge des modules E-learning répondra à vos questions

- ▶ de 9h30 à 17h30 au
01 47 39 02 02
- ▶ ou sur l'adresse mail suivante : contact@digitalcamp.fr

FORMATION SUR- MESURE

Vous avez un projet sur-mesure, vous souhaitez intégrer votre contexte et vos enjeux spécifiques à la formation, contactez notre Directrice Commerciale :
laure.casta@evoluteam.fr

 **Ateliers** : Formaliser son processus d'achat / Matrice de Kraljic

5. Piloter la satisfaction

Partage de bonnes pratiques sur la démarche de pilotage des participants

Fiches outils

- Les 5 phases du processus de vente grand compte
- La proposition « autonome » de vente et la soutenance
- L'objectif de l'analyse TCO
- Matrice de préparation de la négociation
- La négociation raisonnée

4. PLAN D'ENTRAÎNEMENT INDIVIDUEL ET CLÔTURE DE LA SESSION

- Enrichissement de son Plan de Progrès Individuel
- Validation des apports par rapport aux attentes
- E-Quiz de validation des compétences de fin de formation
- Conclusion et clôture du stage
- Les participants restent pendant 3 mois en contact via la plateforme digitale pour continuer à échanger entre eux et avec le formateur