

Pour qui ?

Directeurs des centrales, Key Account Managers et ingénieurs grands comptes.

Objectifs :

Prospecter et fidéliser son portefeuille de grands comptes.
Communiquer efficacement pour gagner la confiance du client.
Mobiliser les équipes vers un objectif commun.
Négocier avec les acheteurs.



© Andres Rodriguez / Fotolia

Programme :

1. Etablir sa stratégie commerciale

- Préparer son approche grands comptes et élaborer sa stratégie
- Elaborer un portrait de chaque grand compte : structure, objectifs, stratégie
- Comprendre l'entreprise cliente et son processus décisionnel
- Evaluer le business d'un compte et son attractivité

2. Mettre en œuvre son plan d'action commercial

- Analyser la situation d'un grand compte
- Identifier les objectifs prioritaires et les décliner en actions concrètes
- Piloter les ressources internes (zones de vulnérabilité)
- Décider des actions appropriées à mettre en œuvre
- Faire un suivi des actions et améliorer sa stratégie

3. Définir une stratégie relationnelle

- Capter l'intérêt de son équipe et réunir autour du projet
- Informer, animer et motiver la force de vente
- Communiquer pour fédérer les actions de son équipe
- Communiquer en s'adaptant aux styles d'acheteur

4. Négocier efficacement

- Préparer sa négociation : objectifs, limites, tactiques
- Négocier, savoir argumenter, entendre
- Identifier et traiter les sources de blocage (exprimées et/ou non dits)
- Fidéliser la relation avec le grand compte et créer de la valeur

Les + pédagogiques :

- Travail préparatoire, session sur les comptes clients des intéressés, logique de résolution de problèmes en « tous pour 1 » et trainings débriefés individuellement.

Commercial, Marketing et
Distribution