

Responsable Grands Comptes

-Référence: **SUP-56**

-Durée: **8 Jours (56 Heures)**

Les objectifs de la formation

- Construire sa stratégie de développement grand compte
-
- Décliner la stratégie en plan d'actions commerciales
-
- Agir sur le groupe de décision client
-
- Mobiliser les équipes internes au service du développement des grands comptes
-
- Construire le cadre de ses négociations sur un grand compte
- Négocier des contrats cadre
-

A qui s'adresse cette formation ?

POUR QUI :

- Responsable Grands Comptes. Responsable de vente aux Grands Comptes. Commercial chargé d'acquérir et de développer des Grands Comptes. Chef des ventes et responsable commercial.

PRÉREQUIS :

- Aucun.

Programme

- **Analyser son portefeuille de clients grands comptes**
 - Évaluer le business potentiel d'un compte et son attractivité.
 - Sélectionner ses cibles prioritaires.
 - Arbitrer entre chasse, cueillette, élevage, culture.
- **Btir son plan de compte**
 - Organiser sa connaissance du compte et construire son mode de veille d'information.
 - Élaborer la carte d'identité du compte et développer une vision globale pour construire son plan de compte.

- Réaliser un historique complet : volumes, marges, pénétration, niveau de satisfaction.
- Hiérarchiser les cibles : analyse des atouts/attraits.
- Réaliser la cartographie des acteurs en présence.
- Mise en situation Cas pratiques d'application de chaque étape du plan de compte.
- **Décliner sa stratégie en actions**
 - Finaliser le diagnostic global avec la matrice EMOFF.
 - Identifier les orientations prioritaires.
 - Décliner le plan sur les 6 axes opérationnels.
 - Mise en situation Travail de construction du plan d'actions sur cas réel.
- **Vendre le plan de compte**
 - Batir la revue de compte.
 - Communiquer la revue à sa direction pour vendre son plan d'actions et obtenir des moyens.
 - Mise en situation débriefée.
- **Fixer le cadre de la négociation commerciale avec un grand compte**
 - Identifier les acteurs 'visibles ou invisibles'.
 - Cerner toutes les situations de négociation face à un grand compte.
 - Identifier les curseurs du pouvoir dans la négociation.
 - Équilibrer le rapport de forces commercial - grand compte.
 - Mises en situation pour rééquilibrer le rapport de forces.
- **Mener la négociation jusqu'à la conclusion**
 - Se préparer, établir son offre : objectif ; plancher ; zone non négociable.
 - Adapter sa tactique : niveau d'exigence initiale ; pivots ; axes de repli.
 - Anticiper les demandes de concession : la matrice des échanges.
 - Déplacer l'attaque vers des concessions moins coûteuses.
 - Obtenir des contreparties tangibles.
 - Verrouiller la conclusion.
 - Mise en situation Cas fil rouge sur toutes les étapes de la négociation.
 - Construction de sa propre matrice de négociation.
- **Mettre en place un contrat cadre**
 - Définir les enjeux.

- Identifier les éventuels risques.
- Construire le modèle économique du contrat.
- Négocier le contrat.
- Piloter la mise en œuvre.
- Mise en situation Témoignage d'expert : les incontournables du contrat cadre.
- **Résister aux manœuvres et déjouer les pièges des acheteurs professionnels**
 - Identifier les pièges : bluff, menace, urgence.
 - Maîtriser les contre-tactiques possibles.
 - Réagir efficacement dans les situations extrêmes.
 - Limiter les re-négociations.
 - Mise en situation Application sur cas pratique.
- **Tisser sa toile au sein du grand compte**
 - Identifier les acteurs 'visibles ou invisibles'.
 - Détecter les motivations de chacun, leur poids au sein de l'organisation.
 - S'adapter aux enjeux spécifiques de la fonction achat.
 - Construire son plan d'actions relationnel.
 - Utiliser la force des réseaux sociaux.
 - Mise en situation Check-up de son profil sur les réseaux sociaux.
 - Construction de son propre plan d'actions relationnel.
- **Développer sa flexibilité relationnelle pour mieux convaincre**
 - Mieux connaître son style de commercial : autodiagnostic.
 - Détecter le style de communication de son interlocuteur.
 - Communiquer avec tous les styles pour élargir son influence et sa connaissance du compte.
 - Mobiliser toutes les équipes en intégrant besoins et contraintes de chacun : la matrice des ressources.
 - Mise en situation Mises en situations de face à face client.
 - Application sur cas pratique.
- **Maîtriser l'art du pitch pour convaincre de nouveaux interlocuteurs**
 - Constituer un message à valeur ajoutée efficace.
 - Construire son pitch.
 - Déployer son pitch.

Programme

- Saisir toutes les opportunités de se faire connaître.
- Mise en situation Entraînement au pitch filmé et débriefé.
- **Activité à distance**
 - Un module d'entraînement 'Donner un feedback positif et constructif'.
 - Évaluation des acquis



(+212) 5 22 27 99 01



(+212) 6 60 10 42 56



Contact@skills-group.com

Nous sommes à votre disposition :
De Lun - Ven 09h00-18h00 et Sam 09H00 – 13H00

Angle bd Abdelmoumen et rue Soumaya, Résidence Shehrazade 3, 7ème étage N° 30
Casablanca 20340, Maroc