

## Vendre aux grands comptes



CV-66 2 Jours (14 Heures)

### Description

Parce qu'ils représentent un potentiel important de développement, de nombreuses entreprises se tournent vers les grands comptes. Or, si toutes les règles concernant la vente s'y appliquent, elles ne sont pas suffisantes. Pour réussir avec les grands comptes, il faut également intégrer leurs spécificités. Cette formation à la vente aux grands comptes vous apporte les clés incontournables pour réussir avec les grands comptes : volonté d'apporter de la valeur, lobbying au sein du compte, travail en équipe pour développer à moyen terme le client.

### À qui s'adresse cette formation ?

#### Pour qui

Toute personne ayant dans son portefeuille clients des grands comptes. Commercial, ingénieur commercial, chargé d'affaires souhaitant développer une approche dédiée aux grands comptes.

#### Prérequis

Aucun.

### Les objectifs de la formation

- Adapter son approche commerciale à la cible grands comptes
- Construire un plan d'action commercial adapté
- Tisser son réseau relationnel chez le client, comme en interne, au service de ses affaires

## Programme de la formation

Définir ses cibles Analyser son portefeuille clients. Évaluer le potentiel du compte.

- Croiser attractivité du compte et probabilité de réussite.
- Sélectionner les cibles à plus haute valeur ajoutée.
- Mise en situation Atelier pratique de priorisation des comptes.

Développer son réseau chez le client Identifier les nouveaux processus d'achat grands comptes.

- Repérer tous les acteurs à connaître sur le grand compte.
- Construire son plan d'actions relationnel.
- Préparer son PITCH.
- Utiliser les réseaux sociaux pour prospecter le compte.
- Mise en situation Entraînement à délivrer un pitch percutant.

Analyser le grand compte

- Recueillir et analyser les informations pertinentes.
- Organiser sa veille sur le compte : tirer parti des réseaux sociaux.
- Finaliser l'analyse.
- Mise en situation Transposition à son compte cible.

Construire sa stratégie grand compte Définir sa proposition de valeur : le plan de compte.

- Construire le plan d'action commercial en distinguant court terme et moyen terme.
- Décider du GO/NO GO sur chaque affaire.
- Mise en situation Travail en groupe sur cas pratique.

Développer son réseau interne Vendre son plan d'actions à sa hiérarchie.

- Mobiliser les ressources internes sans autorité hiérarchique.
- Mise en situation Diagnostic de son style de leadership.

Activités à distance

- Pour découvrir un sujet en lien avec votre formation : deux modules e-learning 'Btir une stratégie de communication interpersonnelle' ; 'Construire et piloter un plan d'action'.