

## Objectifs pédagogiques

- Savoir sélectionner et auditer vos clients Grands Comptes.
- Préparer le plan de conquête ou de fidélisation.
- Mener des négociations efficaces.
- Répondre avec succès aux appels d'offres.
- Elaborer votre stratégie commerciale.



## Les + de notre formation

- Une boîte à outils complète,
- Ateliers de mises en pratique,
- Un suivi post formation,
- Une formation action !

**PRATIQUE 70 %**  
**THÉORIE 30 %**

### Publics concernés

Toute personne exerçant des fonctions commerciales et/ou marketing auprès de Grands Comptes.

### Prérequis

Avoir une pratique de la vente ou de la relation client auprès de Grands Comptes

### Durée

14 heures en présentiel + 1H de suivi collectif par visioconférence à 45 jours

Accès à la plateforme « **Activ'learning** » pendant 2 mois

### Intervenant

Consultant(e) sénior en négociation commerciale grands comptes

## Avant les journées de formation en présentiel

Un questionnaire d'auto-positionnement pour se situer et identifier les problématiques éventuelles rencontrées, et ainsi mieux cibler les besoins

A disposition sur **Activ'learning** : vidéos, quiz, support de formation

## Première journée : Présentiel

### 1 Comprendre un Grand Compte

- ✓ Avoir une **démarche d'audit** au service de sa future démarche commerciale
  - Analyser l'**organisation** de l'entreprise
  - Identifier les **interlocuteurs** impliqués dans les achats
  - Poser les modalités et les espaces de **prise de décision**
- ✓ Identifier et utiliser l'**information**
  - Appréhender l'**influence** de la stratégie du Grand Compte sur ses possibles besoins
  - Savoir lister les **sources** d'information disponibles



#### Travaux pratiques :

*Atelier de mise en pratique en sous-groupe sur un cas réel  
Méthode et outils : la logique de Trépied*

### 2 Installer la relation avec le service achat

- ✓ Comprendre les **profils des acheteurs** : décoder les 6 profils et construire 6 méthodes de communication et de vente adaptées
- ✓ Savoir **déjouer les techniques** de déstabilisation des acheteurs
  - Savoir alterner entre besoin et rentabilité de la collaboration
  - Anticiper les **5 concessions types** que demandent les acheteurs
- ✓ Construire une **relation** avec les achats du Grand Compte
  - Identifier sa place dans la matrice des fournisseurs
  - Proposer une logique de référencement, pour négocier l'accord cadre



#### Travaux pratiques :

*Atelier de mise en pratique en sous-groupe sur un cas pratique  
via un business game  
Jeux de rôle Grands Comptes / Acheteurs*

## 3 Construire une relation commerciale pour un Grand Compte

- ✓ Savoir installer une logique de réussite partagée, **au long terme**
  - Faire émerger une **vision future** partagée
  - Savoir faire émerger des **projets**
  - Décliner l'ambition en objectifs et en priorités clés
- ✓ Être connu et reconnu chez le client Grand Compte
  - Apprendre à déployer une logique d'Account Based Marketing
  - Utiliser l'Account Based Marketing pour communiquer au sein du Grand Compte



### **Travaux pratiques :**

*Atelier de mise en pratique en sous-groupe sur un cas pratique  
(business game)*

## Deuxième journée : Présentiel

## 4 Apprendre par une étude de cas

- ✓ S'immerger dans la pratique et appliquer la gestion d'un Compte Clé en mode
  - Acquisition et ouverture de compte
  - Développement et fidélisation
- ✓ Améliorer sa pratique, développer de nouvelles opportunités en construisant
  - Des stratégies
  - Des argumentations
  - Des approches des décideurs et des opérationnels



### **Travaux pratiques :**

*Business game en sous-groupe : à vos pratiques  
Analyse croisée des pratiques et propositions  
Réflexion individuelle.  
Illustrations des notions  
Atelier de mise en forme en sous-groupe*

# Gérer les Grands Comptes

## 5 Développer sa posture de commercial Compte Clé

- ✓ Savoir développer **les 3 compétences clés** du commercial Compte Clé
  - Être manager, commercial et chef de projet
  - Savoir créer de la valeur et pas seulement vendre
- ✓ S'organiser
  - Créer sa **stratégie personnalisée**, compte par compte
  - Savoir identifier les **ressources** en interne et chez le client : les interlocuteurs relais, le noyau décisionnel



### **Travaux pratiques :**

*Utilisation des concepts avec contenus personnels  
Réflexion individuelle*

## 6 Initier son plan d'action sur un Grand Compte

- ✓ Construire un **schéma global d'approche** du Grand Compte
  - Identifier les points de contacts qui vont développer la relation commerciale
  - Déterminer les leviers et les thèmes d'actions à initier avec les différents interlocuteurs
- ✓ Mesurer et anticiper pour **renforcer son action**
  - Construire ses indicateurs de réussite de ses plans d'actions sur le compte
  - Créer une veille commerciale sur son client Grand Compte



### **Travaux pratiques :**

*Réflexion individuelle  
Analyse croisée des plans d'actions  
Partage de pratique*

### Clôture de la formation :

Bâtir le plan d'action post-formation en vue de la webconférence de suivi à 45 jours.

**Présentation des ressources disponibles sur Activ'Learning : « Pour aller plus loin ... »**

**Evaluation et remise de l'attestation de fin de formation**

# Gérer les Grands Comptes



## Déroulé de la formation :



### EN AMONT

- Ressources pédagogiques
- Support de formation
- Quiz
- Vidéos



### PENDANT

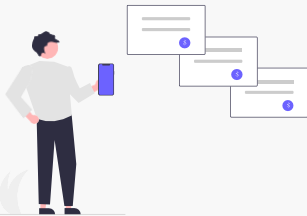
- Support PPT
- Activités pratiques,
- Exercices, mises en situation
- Échanges entre pairs



### EN AVANT

- Retours d'expériences à 45 jours : suivi collectif d'1 heure à distance
- Vidéos ou études en lien avec la thématique

## MÉTHODES, FILMS ET SUPPORTS PÉDAGOGIQUES

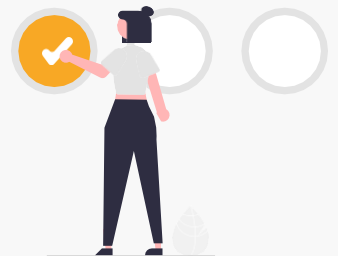


Matrice Approche  
Diagramme Impact  
Business game  
Jeux de rôles

Partages d'expériences et de bonnes pratiques après chaque atelier/exercice

## MODALITES D'EVALUATION

Définition de votre plan d'action commercial en suivant vos apprentissages  
1 h de suivi collectif des participants par une Web Conférence à 45 jours  
Mesure des mises en pratique  
Sanction de la formation : remise d'une attestation de fin de formation



## ACCESSIBILITÉ



La formation est accessible aux personnes handicapées sans discrimination  
Pour toute demande particulière, des aménagements peuvent être mis en place pour accueillir, dans des conditions propices à leur réussite, les personnes en situation de handicap