

## Présentation

Sur le terrain complexe et hautement compétitif de la vente aux grands comptes, l'action, la bonne volonté et les méthodes traditionnelles des commerciaux ne suffisent pas.

Choisir ses clients grands comptes, définir une stratégie d'approche pertinente, tisser sa toile et pratiquer un lobbying judicieux, négocier des accords profitables avec les acheteurs : autant de sujets clés pour le commercial grand compte mais aussi pour tout le management de l'entreprise

<b>Durée :</b>	A déterminer au travers d'un audit personnalisé
<b>Objectifs :</b>	Selon audit
<b>Pré requis :</b>	Aucun
<b>Public :</b>	Tous



## Programme

### LES CLES D'UNE RELATION COMMERCIALE GRAND COMPTE

Identification de ses forces et axes d'amélioration  
 Développer des compétences commerciales spécifiques, nécessaires à la relation client « Grand Compte »  
 Connaître les profils psychologiques des différents interlocuteurs  
 Mettre en place une relation commerciale optimale.

### LA STRATEGIE D'APPROCHE

Elaboration de la méthode  
 Utilisation d'outils d'aide à la décision  
 Recherche et analyse des informations clés  
 Evaluer le business potentiel d'un compte et son attractivité.  
 Identifier le rôle des structures achats et consulting interne.  
 Sélectionner les cibles « croissance » et écarter les cibles « faible probabilité ».  
 Construire son mode de veille d'information : informateurs, prescripteurs, utilisation des nouvelles technologies  
 Portrait complet d'un compte  
 Sélection des comptes à prospecter  
 Evaluation du potentiel d'affaire

### LE PROCESSUS D'ACHAT

Comprendre l'entreprise cliente et son processus de décision  
 Comprendre l'organisation et ses influences  
 Identifier son propre profil et celui de l'acheteur  
 Identifier son profil vendeur  
 Identifier les différents styles et profils d'acheteurs  
 Savoir s'adapter aux styles de son interlocuteur  
 Comprendre et analyser les stratégies d'acheteurs  
 Comprendre les motivations des acheteurs  
 Les tactiques des acheteurs vis-à-vis des fournisseurs  
 Connaître les techniques de déstabilisation

### UN PLAN COMMERCIAL PERTINENT

Analyse et actualisation complète de la situation d'un grand compte  
 Fixation des objectifs  
 Eviter les contacts « routiniers » et assurer des rendez vous « décalés » pour « élargir les frontières » à l'intérieur du compte.  
 Etablir un plan d'action de communication relationnel auprès des interlocuteurs-clés.  
 Manager les ressources internes de son entreprise pour

**Demande de Devis ou Renseignement**

mailler le compte.

Les techniques d'accroche par téléphone auprès des décideurs.

Mener des premiers entretiens de vente de solution en apportant de la valeur ajoutée : les pièges des techniques de vente trop répandues... chez vos concurrents.

Choix d'actions appropriées à mettre en oeuvre

Suivi des actions et adaptation

La négociation, étape incontournable dans la gestion d'un grand compte

## LES CLES DE LA REUSSITE 5 JOURS

Le processus de la négociation B to B

Gagner des affaires par objectifs intermédiaires.

Les techniques pour être consulté.

Construire une offre écrite attractive.

Les bonnes pratiques pour assurer des présentations efficaces et rester dans le paysage pendant la prise de décision.

Conclure ses affaires avec les acheteurs : entretenir des relations de confiance sans sacrifier ses marges

Préparer son entretien de négociation

Les outils de communication au service de l'entretien de négociation

Identifier et traiter les sources de blocages

**Demande de Devis ou Renseignement**