

QUELQUES INFORMATIONS CHIFFRÉES

Cette formation a déjà été suivie par nombre stagiaires.
L'évaluation de leur satisfaction se monte à nombre %.
(taux de retour de l'enquête ; nombre %)
Le taux d'obtention des diplômes (objectifs atteints) est de nombre %.
Le taux de poursuite d'études est de nombre %.
Le taux d'interruption en cours de formation est de nombre en %.
Le taux d'insertion professionnelle des sortants de l'établissement concerné à la suite des formations dispensées est de nombre%.
Le taux de la valeur ajoutée de l'établissement est de nombre %.

Objectifs

- 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.
- Construire le cadre de ses négociations.
- Négocier des contrats cadre.

Contenu

1. 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.
2. Bâtir 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.
3. 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.

Négocier des accords profitables avec ses grands comptes et développer des accords profitables (1 jour)
4. 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.
5. 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.
6. Développer sa flexibilité relationnelle pour mieux convaincre
 - Mieux connaître son style de commercial : autodiagnostic.
 - Détecter le style de communication de son interlocuteur.

Public :

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

Prérequis :

Aucun

Durée :

14 heures

Effectifs :

6 à 12 apprenants



Modalités et délais d'accès

- A la réception de la fiche d'inscription, nous vous contacterons pour vous confirmer votre inscription et une convention de formation professionnelle, établie selon les textes en vigueur, vous sera adressée en double exemplaire dont un à nous retourner signé.
- Dans le cas où le nombre de participants inscrits serait jugé pédagogiquement insuffisant, le Centre de Formation se réserve le droit d'annuler ou de reporter la session.

Le délai d'annulation est toutefois limité à 15 jours avant la date prévue de commencement de la formation.

Les places étant limitées nous vous conseillons de nous retourner ce formulaire d'inscription au plus vite.

Démarches pédagogiques

Suivi des dossiers

Moyens pédagogiques, techniques et d'encadrement

Rétroprojecteur, ordinateur avec connexion internet, manuels, exercices, mises en situation

Méthodes pédagogiques

Formation en présentiel / théorie et exercices pratiques

Outils pédagogiques

Support de formation

Supports pédagogiques

Sur papier ou sur clé USB

Éléments matériels de la formation

- Salle de formation : table chaise, écran
- Équipements divers mis à disposition : ordinateur avec connexion
- Documentation : Support

Modalités d'évaluation des résultats (ou d'acquisition des compétences)

Suivi : Emargement	Évaluation : Évaluation finale par mise en situation ou questionnaire. Validation : Attestation de formation
http://www.oif-formation.fr/ ; • Programme • Taux de participation • Taux de satisfaction • Taux d'abandon	Equivalences, passerelles sans objet Suites de parcours sans objet

Accessibilité aux PSH

Les personnes se trouvant dans une situation de handicap et qui nécessitent une adaptation technique, matérielle ou pédagogique doivent prendre contact avec le centre avant de s'inscrire. Cela afin d'étudier la faisabilité du projet de formation ainsi que les modalités à mettre en œuvre pour un accueil optimal.