

|              |                     |
|--------------|---------------------|
| Référence    | 5-CL-VEGC           |
| Durée        | 3 jours (21 heures) |
| Éligible CPF | NON                 |
| Mise à jour  | 27/11/2023          |

## Développer son efficacité commerciale avec les grands comptes



### OBJECTIFS PEDAGOGIQUES

- Développer une stratégie efficace pour vendre aux grands comptes
- Apprendre à dresser un plan d'action et recueillir les informations pertinentes pour cerner les besoins spécifiques



### PUBLIC CONCERNE

Toute personne amenée à vendre à des grands comptes



### PREREQUIS

Bonne expérience de la vente



### MOYENS PEDAGOGIQUES

- Réflexion de groupe et apports théoriques du formateur
- Travail d'échange avec les participants sous forme de réunion-discussion
- Utilisation de cas concrets issus de l'expérience professionnelle
- Validation des acquis par des questionnaires, des tests d'évaluation, des mises en situation et des jeux pédagogiques.
- Remise d'un support de cours.



### MODALITES D'ÉVALUATION

- Feuille de présence signée en demi-journée,
- Evaluation des acquis tout au long de la formation,
- Questionnaire de satisfaction,
- Attestation de stage à chaque apprenant,
- Positionnement préalable oral ou écrit,
- Evaluation formative tout au long de la formation,
- Evaluation sommative faite par le formateur ou à l'aide des certifications disponibles



### MOYENS TECHNIQUES EN PRESENTIEL

Accueil des stagiaires dans une salle dédiée à la formation équipée à minima d'un vidéo projecteur et d'un tableau blanc et/ou paperboard.

Pour les formations nécessitant un ordinateur, un PC est mis à disposition de chaque participant.



### MOYENS TECHNIQUES EN DISTANCIEL

A l'aide d'un logiciel (Teams, Zoom...), d'un micro et éventuellement d'une caméra les apprenants interagissent et communiquent entre eux et avec le formateur.

Sessions organisées en inter comme en intra entreprise.

L'accès à l'environnement d'apprentissage ainsi qu'aux preuves de suivi et d'assiduité (émargement, évaluation) est assuré.

Pour toute question avant et pendant le parcours, assistance technique à disposition au 04 67 13 45 45.



### ORGANISATION

Délai d'accès : 5 jours ouvrés  
(délai variable en fonction du financeur)

Les cours ont lieu de 9h à 12h30 et de 13h30 à 17h



### ACCESSIBILITE

Les personnes en situation de handicap sont invitées à nous contacter directement, afin d'étudier ensemble les possibilités de suivre la formation.

Pour tout renseignement, notre référent handicap reste à votre disposition : mteyssedou@ait.fr



### PROFIL FORMATEUR

Nos formateurs sont des experts dans leurs domaines d'intervention

Leur expérience de terrain et leurs qualités pédagogiques constituent un gage de qualité.



### CERTIFICATION POSSIBLE

Aucune

# Développer son efficacité commerciale avec les grands comptes

## DEFINIR VOTRE STRATEGIE GRANDS COMPTES

- Comprendre le fonctionnement d'un grand compte
- Définir ce que sont des grands comptes
- Etablir les caractéristiques commun

## ETRE COMMERCIAL GRAND COMPTE

- Qualités intrinsèques et principales caractéristiques
- Démarche et rôle spécifique

## DRESSER LA CARTOGRAPHIE DU COMPTE

- Identifier les informations utiles à recueillir
- Optimiser la relation avec ses partenaires
- Cerner ses principaux compétiteurs

## IDENTIFIER VOS CIBLES

- Evaluer le potentiel du compte
- Identifier les " comptes vedettes "
- Quels sont les acteurs " apparents " ?
- Quels sont les acteurs " invisibles " ?

## COMPRENDRE LES MOTIVATIONS D'ACHAT

- Cerner les besoins spécifiques de l'entreprise
- Distinguer les deux types de besoins individuels
- Utiliser les déclencheurs d'achat

## IDENTIFIER LE ROLE DE VOTRE INTERLOCUTEUR ET SA SPHERE DE POUVOIR

- Répertorier la situation des acteurs en présence
- Connaître le type de pouvoir dont ils disposent
- Appréhender leur comportement vis-à-vis de l'offre

## ELABORER UN PLAN D'ACTION ET REDIGER UNE FICHE D'ANALYSE DU COMPTE

- Recueillir et regrouper les informations pertinentes
- Présenter la fiche d'analyse de compte

## CONSTRUIRE UN PLAN D'ACTION

- Définir la stratégie de pénétration du compte
- Préparer les entretiens
- Connaître les éléments pouvant entraver vos actions
- Contourner les difficultés

## MENER LES ACTIONS SUR LE GRAND COMPTE

- S'appuyer sur ses alliés
- Faire du lobbying sur le compte
- Définir des signaux d'alerte
- Rechercher et valider les informations