

# Gestion des grands comptes

## DESCRIPTION :

- ▶ Comment conquérir et fidéliser son portefeuille Grands Comptes ? Le succès repose sur une compréhension fine de l'organisation, de la culture et des enjeux du client sur son marché et des circuits décisionnels. Pour réussir, le commercial doit mettre en place un plan stratégique global, adopter une communication qui suscite la confiance à long terme et négocier les accords commerciaux profitables qui génèrent une fidélisation durable. Cette formation dédiée à la vente et négociation commerciale avec les grands comptes aborde l'ensemble de ces dimensions et propose à chaque participant d'appliquer outils et méthodologie à son propre portefeuille.

## OBJECTIFS :

- ▶ Comprendre un grand compte et développer une vision stratégique.
- ▶ Décliner la stratégie en plan d'actions commerciales à court, moyen et long terme.
- ▶ Développer son leadership pour mobiliser les équipes et générer la satisfaction du client.
- ▶ Renforcer son impact personnel en communication pour faire face à la variété des interlocuteurs et des situations.
- ▶ Négocier en préservant sa rentabilité.

## PUBLICS :

- ▶ Responsables Grands Comptes, ingénieurs commerciaux, key-account managers, commerciaux chargés d'acquérir et de développer des Grands Comptes et Chefs des ventes et responsables commerciaux.

## PRÉ-REQUIS :

- ▶ Aucun

## DURÉE :

- ▶ 2 jours - 14 heures



**ACKWARE** VOUS ACCOMPAGNE DANS TOUS VOS  
PROJETS DE FORMATION ET VOUS APPORTE SON EXPERTISE  
POUR VOTRE TOTALE SATISFACTION



## GESTION DES GRANDS COMPTES

### Définir et mettre en œuvre sa stratégie commerciale sur un grand compte

- Comprendre les caractéristiques des Grands Comptes.
- Structurer son approche et bâtir sa revue de compte.
- Recueillir les informations pertinentes, les exploiter par des grilles d'analyse.
- Élaborer la carte d'identité du compte et développer une vision globale pour construire son plan de compte.
- Identifier les opportunités : volumes d'affaires par filiales, unités.
- Hiérarchiser les cibles : analyse des atouts/attraits.
- Confronter les différentes stratégies envisageables (matrice de décision).

### Acquérir la maîtrise des circuits décisionnels dans le grand compte

- Identifier les acteurs «visibles ou invisibles».
- Comprendre les enjeux de l'acte d'achat pour les acteurs clés au sein du compte.
- Détecter les motivations de chacun, leur «poids» au sein de l'organisation.
- Optimiser la qualité de la relation avec chaque acteur du circuit de décision.
- Mettre en place un tableau de bord pour piloter les actions et renforcer la maîtrise du circuit de décision.

### De la stratégie au plan d'actions commerciales

- Établir le diagnostic global avec la matrice EMOFF.
- Identifier les objectifs prioritaires.
- Bâtir son plan de compte.
- Décliner chaque objectif en actions concrètes.
- Gérer la répartition des ressources et du temps entre gestion, fidélisation et développement du Compte.
- Contrôler, évaluer les actions, préparer les prochaines étapes : la revue d'affaires.

## ASPECTS COMPORTEMENTAUX ET TACTIQUES DES RELATIONS COMMERCIALES EN GRANDS COMPTES

### Identifier son style de communication

- Mieux se connaître par un autodiagnostic.
- Comprendre la psychologie des acheteurs.
- S'adapter avec justesse par l'empathie et la souplesse comportementale.

### Mobiliser les acteurs pour tenir la promesse client et générer la satisfaction

- Représenter les intérêts du compte client au sein de sa propre entreprise.
- L'art de communiquer en interne : »Vendre« sa stratégie pour développer efficacement le Grand Compte.
- Développer son leadership : coordonner les actions d'une équipe transverse.

### Définir les étapes phares de la négociation commerciale

- Se préparer, établir son offre : objectif, plancher, zone non négociable.
- Ajuster son positionnement tactique : niveau d'exigence initiale, pivots, axes de repli.
- Anticiper et traiter les demandes de concessions : «la matrice des contreparties».
- Verrouiller pour aboutir à une conclusion profitable.

### S'affirmer dans les négociations difficiles

- Faire face aux pressions et aux pièges : les outils tactiques à maîtriser pour les déjouer.
- Gérer les situations de conflits grâce aux techniques d'assertivité : principes clés, erreurs à éviter.
- Présenter son offre à un groupe de décisionnaires