

Passer de commercial terrain à commercial grands comptes

Réf. : VEN-KAM

PRÉREQUIS

Aucun prérequis

ORGANISATION

Durée

2 jours / 14 heures

Modalité

Présentiel, distanciel ou hybride

Délai d'accès

Selon le financement de la formation, les modalités et les délais d'accès à la formation peuvent être variables.

Merci de bien vouloir nous contacter au 06 26 68 55 02

TARIF

1390€ (Inter)

Intra : nous consulter

MODALITÉS D'ÉVALUATION DE LA FORMATION

L'intervenant mesurera, tout au long de la formation, l'acquisition des connaissances des participants à travers la mise en place de situation in situ.

En fin de formation, un questionnaire de satisfaction est remis, pour un feedback à chaud.

Délivrance d'une attestation de formation conforme à la législation en vigueur.

Lieu de la formation

A définir

ACCESSIBILITÉ

Si vous êtes en situation de handicap, merci de nous contacter pour les adaptations nécessaires.

OBJECTIFS

Nature de l'action : Acquisition de compétences

- Identifier les spécificités des grands comptes et construire une stratégie adaptée
- Élaborer et piloter un plan d'actions ciblé, avec indicateurs de suivi
- Naviguer dans des circuits de décision complexes et développer son influence
- Mobiliser et coordonner les ressources internes autour de ses comptes stratégiques
- Négocier et sécuriser des accords durables en créant de la valeur à long terme

MÉTHODES ET OUTILS PÉDAGOGIQUES

Équipe pédagogique

Un consultant expert de la thématique.

Techniques pédagogiques

- mises en situation pratique et jeux de rôle, adaptés aux besoins et au contexte des participants ;
- alternance d'outils d'aide à la décision théorique directement applicable dans le contexte professionnel ;
- travaux pratiques intersessions ;
- exercices, études de cas et cas pratiques.

Ressources pédagogiques

Un support de formation est remis aux apprenants lors de la formation.

Il présente l'essentiel des points vus durant la formation et des éléments d'approfondissement.

CONTENU DU PROGRAMME

Construire sa stratégie grands comptes

- Comprendre les spécificités et enjeux des comptes stratégiques
- Analyser un grand compte : profils, circuits de décision, cartographie et segmentation
- Hiérarchiser ses comptes : critères de sélection, scoring, potentiel
- Clarifier et formaliser sa proposition de valeur spécifique

Élaborer et piloter son plan d'actions

- Définir des objectifs par compte et par interlocuteur
- Décliner les actions commerciales, relationnelles et partenariales
- Établir les KPI et méthodes de pilotage (priorisation, planification, reporting)
- Suivre et évaluer la progression des comptes stratégiques

Développer son influence dans un environnement complexe

- Identifier les rôles au sein du groupe d'achat (prescripteurs, décideurs, acheteurs, influenceurs)
- Définir une stratégie de contact et personnaliser les messages
- Construire des relais internes et coordonner les actions en mode projet (marketing, ADV, technique, direction)
- Créer une équipe « compte » et aligner les ressources autour de la relation client

Négocier et pérenniser la relation grands comptes

- Préparer et conduire une négociation à forts enjeux et multi-interlocuteurs
- Défendre ses prix et conditions face à des acheteurs professionnels
- Formaliser et sécuriser l'accord : contrat, avenants, suivi
- Pérenniser la relation : revues de compte, partenariats, innovation et co-développement