

Vendre et négocier avec des grands comptes

Objectifs :

Décrypter l'organisation des grands comptes
 Evaluer le potentiel
 Concevoir et promouvoir une stratégie commerciale efficace
 Négocier avec un grand compte

Programme :

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

- ✓ Comprendre les caractéristiques d'un Grand Compte
- ✓ 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 ou réaliser votre plan de profit
- ✓ 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 : construire votre équipe d'interlocuteurs au sein du « grand compte »
- ✓ Mettre en place un tableau de bord pour piloter les actions et renforcer la maîtrise du circuit de décision

Se projeter dans les futures ventes

Se fixer des objectifs

- ✓ Eviter le syndrome "post-victoire"
- ✓ Maintenir un volume d'affaire pour éviter les trous noirs dans le "pipeline"

Suivre le déploiement de la solution

- ✓ Être présent sur le compte
- ✓ Cultiver le capital confiance du client
- ✓ Identifier des potentialités nouvelles, faire de la "veille business"
- ✓ Mettre en place des " signaux d'alerte " et y faire face

Préparer la négociation

- ✓ Savoir analyser un organigramme
- ✓ Déchiffrer les enjeux au sein d'une organisation
- ✓ Mettre en place des grilles de préparation
- ✓ Qualifier les questions à poser
- ✓ Les outils incontournables
- ✓ Définir le processus de décision
- ✓ Définir le poids de chaque partie

Code : A108

En présentiel :

Durée : 2 jours

Prix : 990 € HT

Lieu : Paris

Liste des dates :

01 au 02 février
 04 au 05 avril
 27 au 28 juin
 16 au 17 septembre
 09 au 10 décembre

En distanciel :

Durée : 3 sessions de 0,5 jour et 1 heure de coaching individuel

Prix : 810 € HT

Liste des dates :

Janvier : 16 matin, 18 matin et 19 matin
 Mars : 15 matin, 18 matin et 21 matin
 Mai : 15 après-midi, 17 après-midi et 21 après-midi
 Août : 23 matin, 26 matin et 30 matin
 Novembre : 21 matin, 22 matin et 25 matin

Public concerné :

Dirigeant, directeur, responsable commercial, commerciaux ...

Intervenants :

Spécialiste de la vente aux grands comptes et de la négociation

Pré-requis :

Première expérience de la vente requise

Techniques d'animation :

Alternance de théorie et de pratique.
 Exercices individuels et collectifs.
 Retour d'expériences.
 Echanges.
 Mises en situation.
 Etudes de cas.
 Entraînements.
 Jeux de rôles.
 Vidéos.

Négociier en face à face

- ✓ Hiérarchiser vos objectifs et vos solutions de repli
- ✓ Connaître les méthodes pour déjouer les pièges des acheteurs
- ✓ S'affirmer ans les négociations difficiles
- ✓ Etalonner les contraintes
- ✓ Pris, choix, information, temps, influence et sanction
- ✓ Ouvrir la négociation avec l'offre la plus élevée et la plus réaliste
- ✓ Argumenter chaque concession
- ✓ Exiger une contrepartie à chaque concession
- ✓ Renforcer votre pouvoir de persuasion
- ✓ Procéder par conclusions intermédiaires
- ✓ Savoir conclure

Progresser dans le compte client

- ✓ Faire un diagnostic relationnel
- ✓ Analyser sa situation chez le client
- ✓ Fixer des objectifs et établir la stratégie client
- ✓ Planifier judicieusement son action chez le client