

Formation : Vendre aux grands comptes

Adaptez votre stratégie commerciale aux organisations complexes

Cours pratique - 3j - 21h00 - Réf. GCO

Prix : 2020 CHF H.T.



4,8 / 5

BEST

La vente aux grands comptes est une vente complexe dont le cycle a des spécificités. Cette formation vous propose, par la pratique, de structurer votre stratégie, élaborer votre plan d'action et définir vos outils de pilotage pour garantir le développement et la fidélisation de vos clients grands comptes.

Objectifs pédagogiques

À l'issue de la formation, le participant sera en mesure de :

- ✓ Maîtriser les techniques d'analyse d'un portefeuille grands comptes
- ✓ Collecter et utiliser les informations stratégiques
- ✓ Dresser la cartographie des circuits de décisions et assurer son lobbying
- ✓ Définir les jalons de son plan d'action
- ✓ Définir les indicateurs de suivi de la performance de son action

Public concerné

Chefs d'entreprise et acteurs commerciaux désirant aborder la vente stratégique aux grands comptes.

Prérequis

Expérience dans le domaine de la vente B to B. Être responsable de clients grands comptes.

Vérifiez que vous avez les prérequis nécessaires pour profiter pleinement de cette formation en faisant [ce test](#).

PARTICIPANTS

Chefs d'entreprise et acteurs commerciaux désirant aborder la vente stratégique aux grands comptes.

PRÉREQUIS

Expérience dans le domaine de la vente B to B. Être responsable de clients grands comptes.

COMPÉTENCES DU FORMATEUR

Les experts qui animent la formation sont des spécialistes des matières abordées. Ils ont été validés par nos équipes pédagogiques tant sur le plan des connaissances métiers que sur celui de la pédagogie, et ce pour chaque cours qu'ils enseignent. Ils ont au minimum cinq à dix années d'expérience dans leur domaine et occupent ou ont occupé des postes à responsabilité en entreprise.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Le formateur évalue la progression pédagogique du participant tout au long de la formation au moyen de QCM, mises en situation, travaux pratiques...

Le participant complète également un test de positionnement en amont et en aval pour valider les compétences acquises.

Méthodes et moyens pédagogiques

Travaux pratiques

Études de cas réels des participants, exercices de construction d'outils.

Méthodes pédagogiques

Méthodes pédagogiques actives et participatives. Alternance de théorie/pratique avec application au contexte des participants.

Modalités d'évaluation

Le formateur évalue la progression pédagogique du participant tout au long de la formation au moyen de QCM, mises en situation, travaux pratiques...

Le participant complète également un test de positionnement en amont et en aval pour valider les compétences acquises.

Programme de la formation

1 Définir sa stratégie grands comptes

- Comprendre le fonctionnement d'un grand compte. Définition des grands comptes. Caractéristiques communes.
- Être 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 ses cibles. Évaluer le potentiel du compte. Identifier les comptes "vedettes".

Exercice

Établir la cartographie d'un compte à partir d'informations données.

2 Comprendre les circuits de décision

- Identifier ses interlocuteurs clés. Quels sont les acteurs apparents ? Quels sont les acteurs invisibles ?
- Comprendre leurs motivations d'achat.
- Cerner les besoins spécifiques de l'entreprise.
- Distinguer les deux types de besoins individuels.
- Utiliser les déclencheurs d'achat.
- Identifier leurs rôles et leurs sphères de pouvoir.
- Répertorier la situation des acteurs en présence. Connaître le type de pouvoir dont ils disposent.
- Appréhender leurs comportements vis-à-vis de l'offre.

Exercice

Répertorier les interlocuteurs clés de son offre et leurs motivations d'achats.

MOYENS PÉDAGOGIQUES ET TECHNIQUES

- Les moyens pédagogiques et les méthodes d'enseignement utilisés sont principalement : aides audiovisuelles, documentation et support de cours, exercices pratiques d'application et corrigés des exercices pour les formations pratiques, études de cas ou présentation de cas réels pour les séminaires de formation.
- À l'issue de chaque formation ou séminaire, ORSYS fournit aux participants un questionnaire d'évaluation du cours qui est ensuite analysé par nos équipes pédagogiques.
- Une feuille d'émargement par demi-journée de présence est fournie en fin de formation ainsi qu'une attestation de fin de formation si le participant a bien assisté à la totalité de la session.

MODALITÉS ET DÉLAIS D'ACCÈS

L'inscription doit être finalisée 24 heures avant le début de la formation.

ACCESSIBILITÉ AUX PERSONNES HANDICAPÉES

Pour toute question ou besoin relatif à l'accessibilité, vous pouvez joindre notre équipe PSH par e-mail à l'adresse psh-accueil@orsys.fr.

3 Élaborer un plan d'action grand compte

- Rédiger une fiche d'analyse du compte.
- Recueillir et regrouper les informations pertinentes.
- Présenter la fiche d'analyse de compte.
- Construire un plan d'actions.
- Définir la stratégie de pénétration du compte.
- Préparer les entretiens.
- Connaître les éléments pouvant entraver ses actions.
- Contourner les difficultés.

Travaux pratiques

Élaboration d'une fiche d'analyse d'affaires à partir du modèle donné.

4 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.

Exercice

Identifier les leviers de lobbying sur le compte.

5 Mettre en place des indicateurs de suivi de la performance

- Mesurer l'activité commerciale.
- Établir un "milestone" définissant les grandes étapes incontournables.
- Mesurer la probabilité de réussite d'une affaire.

Travaux pratiques

Définition d'indicateurs de performance en adéquation avec le business et le modèle commercial des participants.

Dates et lieux

CLASSE À DISTANCE

2026 : 27 mai, 12 oct.