

Acquérir et développer des grands comptes

Objectifs de formation

A l'issue de cette formation, les participants seront capables de :

- Signer de nouveaux comptes
- Développer le business chez leurs grands clients
- Monter dans la hiérarchie et dialoguer de manière pertinente avec la Direction Générale.
- Avoir une vision globale de leur action
- Mettre en œuvre les principes fondamentaux de l'action stratégique dans leurs comptes-clés

Principaux thèmes étudiés au cours de la formation

Les principes fondamentaux de l'action stratégique

- Paysage, objectifs et leviers de l'action stratégique
- Les caractéristiques communes à tous les grands comptes

Les outils de la vision globale

- Avoir une vision systémique des différents acteurs et du cycle de vie d'un projet
- Utiliser les outils d'analyse du marketing stratégique pour :
 - ⇒ Comprendre son client, son environnement, ses enjeux et objectifs.
 - ⇒ Comprendre sa position et celles de ses concurrents chez son client
- Analyser sa propre organisation
 - ⇒ Les acteurs internes, les règles du jeu, les moyens disponibles.
 - ⇒ Comprendre son métier de commercial grand compte

Les outils pour gagner un grand compte et pour développer les comptes existants

- Identifier et comprendre les acteurs
 - ⇒ Leurs rôles et influences dans les processus d'achat
 - ⇒ Leurs objectifs et motivations personnels
- Elaborer sa stratégie relationnelle
- Choisir sa stratégie concurrentielle
- Détecter des opportunités et faire émerger des projets d'achat dans son compte.

Les outils pour la mise en œuvre et le contrôle de l'action stratégique

- Formaliser son plan de compte et son plan d'actions.
- Contrôler et piloter son action en appliquant une méthode qualité (PDCA).

Méthodes pédagogiques

- Travail en sous-groupes et sur les comptes des participants.
- Utilisation de méthodes concrètes. Remise des documents de formalisation : plan de compte, plan d'actions
- 2 jours