

# Savoir Gérer les grands comptes

Initiation

<b>Objectifs :</b>	
Etre capable de bien gérer un portefeuille de grand compte en maîtrisant les connaissances relatives à chaque cible ou client, en élaborant une stratégie commerciale basée sur les outils de communications et le relationnel. Etre capable de mettre à profit les résultats afin d'affiner ses prises de décisions. Etre un acteur de sa réussite.	
<b>PUBLIC</b>	Commercial, chargé d'affaire
<b>PRE REQUIS</b>	Connaissance commercial de Base.
<b>ORGANISATION</b>	Durée : 2 Jours (14h) Matériel : Un support de cours + pc Nombre de Stagiaires : Minimum : 1 personne et Maximum : 6 personnes
<b>FORMATEUR</b>	Formateur ayant une expérience confirmée dans la vente et la négociation
<b>PEDAGOGIE</b>	Pré-évaluation des besoins. Entretiens individuels et/ou collectifs. Mise en situation Apports théoriques et exercices pratiques permettent d'approfondir les connaissances de base. Réalisation lorsque le temps le permet des créations de projets personnels. Evaluation de stage à chaud. Evaluation des acquis (QCM ou mise en situation ou exercice test d'application). Attestation de stage. Evaluation de stage à froid.
<b>MODULE SUIVANT</b>	
<b>HANDICAP</b>	En cas de situation de handicap, contactez-nous pour connaître l'accessibilité à la formation en fonction de nos partenaires handicaps

## PROGRAMME

<p>Quels sont mes cibles ? Analyser son portefeuille clients. Évaluer le potentiel du client et de son portefeuille Vérifier le taux de faisabilité avec l'envie de l'entreprise de travailler avec chaque client potentiel afin de définir les cibles à plus haute valeur ajoutée.</p> <p>Connaître parfaitement les grands comptes Comment achète -t-il ? Rédiger une fiche pertinente d'analyse du compte. Recueillir et analyser les informations importantes. Organiser un suivi régulier sur le compte : Utiliser au mieux les réseaux sociaux.</p> <p>Définir sa stratégie Commerciale Grand-compte Elaborer sa proposition de valeur : le plan de compte. Elaborer le plan d'action commercial sur l'échelle du temps Définir les outils et moyens à mettre en œuvre pour pénétrer le grand compte. Décider de la suite à donner en fonction du GO/NO GO pour chaque affaire. Rechercher les zones d'intérêt commun. Élaborer des solutions : trouver des compromis mutuellement satisfaisants. Verrouiller les po</p>	<p>Utiliser son réseau interne Proposer et défendre son plan d'actions à ses responsables. Savoir Travailler en équipe. Défendre les projets du client au sein de son entreprise. Savoir utiliser les ressources internes sans autorité hiérarchique.</p> <p>Développer son réseau chez le client Bien connaître les différents acteurs de la prise de décision chez son grand compte. Et connaître leur lien et niveau hiérarchique afin d'en détourner les influences. Définir quels sont les acteurs nécessaires à la bonne conduite de son plan d'action commerciale</p> <p>Utiliser les réseaux sociaux pour prospecter le compte.</p>
--	---