

VENDRE AUX ENTREPRISES ET GRANDS-COMPTES



3 Jours

4 min.
10 max.

Intra (groupe de 10 personnes max.) :
- locaux clients : 980€ HT / jour
- locaux ARAMIS : 1 100€ HT / jour



Nous contacter

Objectifs & compétences visées

- Situer le collaborateur commercial « grands comptes » dans un rôle « d'expert » et de partenaire à haute valeur ajoutée
- Maîtriser les processus commerciaux complexes auprès des clients « entreprises » et « grands comptes »
- Défendre ses marges et valoriser son offre auprès du client, savoir restituer les conclusions et présenter les préconisations d'amélioration au client
- Répondre en souplesse aux objections du client
- Négociateur gagnant/gagnant
- Aider le client à la prise de décision
- Savoir conclure une vente

Pour qui ? Tout public.

Prérequis & modalités d'accès

Aucun prérequis n'est nécessaire pour suivre cette formation.

Conditions d'accueil

- Toutes nos salles sont ergonomiques et adaptées à l'accueil du public
- Elles sont également accessibles aux personnes en situation de handicap. Dans ce cas, nous contacter
- Collation et café offerts

Méthodes pédagogiques

- Afin de favoriser la prise de conscience puis l'acquisition des réflexes appropriés nous vous proposons une méthode pédagogique active, dynamique qui rend les participants acteurs de leur progression et assure leur forte implication
- Mise en évidence par le formateur des points forts de l'analyse de portefeuille de clients et identification, à partir de l'analyse de l'existant, des axes de prospection porteurs
- Présentation par les participants de l'offre gagnante et de celle qui n'a pas abouti. Argumentation sur les causes et les raisons de la performance ou de la non performance
- Analyse de l'offre, de son contenu et de sa présentation par le groupe aidé du formateur (attractivité de l'offre tant dans sa forme que sur le fond)
- Apports par le formateur à chaque point clé et rappels des techniques à utiliser
- Mises en situations à partir de cas pratiques concrets guidés, suivis de séance de débriefing à chaud
- Travail sur les techniques de préparation de l'entretien de vente et de soutenance d'une offre grands comptes, prise en compte de l'ensemble des éléments conditionnant la réussite d'un contrat
- Nos formateurs sont des professionnels et/ou des experts dans leur domaine : ils utilisent des méthodes et outils appropriés aux formations professionnelles continues, et adaptent leur pédagogie au public accueilli. Pour ce faire, ils utilisent le vécu des participants et les échanges sur leurs expériences
- Synthèse à la fin de chaque journée avec expression des participants

Contenu de la formation

I. Situer les spécificités du marché entreprises et grands comptes

- Identifier les enjeux de la fidélisation et de la conquête des grands comptes
- Connaître son offre : forces, faiblesses, facteurs clés de succès
- Comprendre l'évolution des organisations / du processus d'achat des grandes entreprises
- Prendre en compte les différents profils du groupe de décision du client
- Développer son rôle d'expert, se démarquer de la concurrence

II. Analyser et gérer son portefeuille de grands comptes

- Evaluer le *business* potentiel d'un compte
- Sélectionner les cibles « croissance »
- Construire une veille informative
- Comprendre la politique d'achat du client
- Accrocher les décideurs, prendre un rdv

III. Préparer et construire ses offres

- Impliquer le client dans la préparation et la rédaction de la proposition
- Elaborer la carte d'identité du compte
- S'appuyer sur l'historique du compte-client
- Les éléments importants à prendre en compte dans le dossier pour rédiger l'offre
- Recueillir les informations pertinentes et les exploiter
- Analyser les informations, « l'effet de levier »
- Mobiliser les acteurs internes indispensables à la conclusion du contrat

IV. Rédiger son offre

- Structurer son offre : les étapes incontournables
- Valoriser sa proposition
- Reformulation du projet, valorisation des options techniques, présentation du budget
- Chiffrer la proposition
- Choisir/construire ses supports de présentation et les outils d'aide à la conclusion du contrat
- Adapter sa présentation (cadre de référence)
- Donner du sens au choix

V. Préparer la phase de négociation

- Anticiper les attaques possibles sur les aspects budgétaires/techniques du contrat proposé
- Définir ses objectifs et ses marges de manœuvre en préservant ses marges
- Elaborer plusieurs scénarios en évaluant les zones d'accord possibles

VI. Présenter son offre, tester une stratégie de vente

- Anticiper le déroulement de l'entretien de vente
- Démarrer une présentation : capter l'intérêt
- Comment impliquer son auditoire
- Situer ses interlocuteurs dans la décision
- Maîtriser son expression orale
- Tirer parti des aides visuelles
- Respecter les 6 phases de l'entretien
- Argumenter sur les avantages du contrat
- Susciter les questions, répondre aux objections
- Conclure en engageant ses interlocuteurs
- Technique PDS

VII. Négocier d'égal à égal

- Les terrains de la négociation
- Enjeux et rapports de force

VIII. Finaliser les accords

- Reformuler les points d'accords
- Conclure l'accord final et signer le contrat
- Prendre congé, rassurer, fidéliser

IX. Mesurer l'efficacité d'une technique de vente

- Etablir un compte rendu d'entretien commercial
- Suivre le client aux échéances convenues
- Mettre en œuvre les engagements pris
- Mener son autodiagnostic
- Tirer les enseignements pour soi et l'entreprise
- Mesurer les écarts, corriger si besoin
- Capitaliser les enseignements

Les + de la formation !

- La formation allie **théorie et pratique** pour des mises en situation et des échanges constructifs entre stagiaires et formateur.
- Le stagiaire repart de la formation avec un **livret de formation**, véritable guide opérationnel, qui reprend les points clés du stage.
- Entraînement à partir des situations professionnelles.
- Une **hotline** disponible durant 1 mois à l'issue de la formation, afin que nos formateurs puissent répondre aux questions des participants !

Date de mise à jour : Juin 2021

A l'issue de la formation, le participant reçoit une attestation.

Modalités d'évaluation

- En début de formation, des objectifs de progrès sont formulés par les participants, et repris en fin de formation pour évaluation.
- **Evaluation des acquis** : Selon le contenu de la formation suivie : quiz, exercices pratiques, mises en situation et jeux de rôles...soit sur papier, soit par voie numérique

■ **Evaluation de la satisfaction** : A chaud à l'issue du stage soit sur papier, soit par