

## Formation Gérer les grands comptes (ACN Atlas)

<b>Durée :</b>	2 jours
<b>Public :</b>	Commercial, Commercial Grands Comptes (KAM)
<b>Pré-requis :</b>	Posséder un/des client(s) grands comptes dans sa clientèle
<b>Objectifs :</b>	Maîtriser les spécificités et les enjeux d'un grand compte - Comprendre le fonctionnement et les attentes d'un service achats et d'un grand comptes - Négocier avec un grand compte et un service achats - Rédiger une proposition commerciale percutante - Développer et fidéliser un grand compte, opérer un bon suivi
<b>Sanction :</b>	Attestation de fin de stage mentionnant le résultat des acquis
<b>Taux de retour à l'emploi:</b>	Aucune donnée disponible
<b>Référence:</b>	COM101636-F
<b>Note de satisfaction des participants:</b>	3,64 / 5

### Les fondamentaux

- Qu'est-ce qu'un grand compte ?
- Fonctionnement des grands comptes et spécificités
- Différences entre grands comptes publics et privés
- Organisation d'un service Grands comptes
- Les différents acteurs : Services, décideurs, acheteurs, réseaux
- Fonctionnement Administratif
- Retour sur investissement

### Les préoccupations des clients grands comptes

- Points de vigilance par rapport aux fournisseurs
- Respect des règles administratives
- Indépendance économique
- Qualité des prestations fournies
- Service après-vente

### Facteurs clefs de succès

- S'adresser aux bonnes personnes
- Comment bien qualifier l'organigramme, l'organigramme et le sociogramme
- Apporter le bon produit / service au bon moment
- Soigner sa communication

Soigner le service : être proactif , réactif, à l'écoute, efficace  
Autres facteurs clefs de succès

## **Préparer sa stratégie Grands comptes**

Quels sont les cibles importantes pour mon entreprise ?  
Comment toucher les cibles ?  
Quels sont les concurrents sur ces marchés ?  
Quels sont les atouts par rapport aux concurrents ?  
Comment adapter l'offre ?  
La conception et la mise en œuvre une stratégie adaptée à chaque compte  
Les différentes stratégies commerciales propres aux grands comptes : clients et prospects

**Atelier : études de cas et définition de stratégies adaptées**

## **Accords cadre et référencements**

Principes et enjeux

**Atelier : exemples et illustrations**

## **Lecture de la demande du client**

Comment découvrir les priorités du client ?  
Les points bloquants dans le cahier des charges : Planning imposé, pénalités, autres  
Identification du process et des acteurs de la prise de décision  
Travailler en équipe avec des relais chez le client  
Poser les bonnes questions et bien comprendre les attentes et les enjeux  
Compartimenter la demande

**Atelier : lecture et analyse d'un petit cahier des charges**

## **Préparer une offre pour un grand compte**

Composer une équipe de réponse adaptée  
Comment présenter mon offre ?  
Proposer une USP différenciante  
Création de supports dédiés

## **Ecrire son offre**

L'executive summary  
Présentation de l'entreprise  
Présentation de l'équipe dédiée au client  
Présentation des produits et services  
Choix et présentation de références  
Présentation de la solution proposée  
Présentation des services associés  
Exposé des avantages de la solution

Présentation de la qualité, des labels, certifications, autres engagements  
Proposition de planification  
Outil marketing valorisant l'offre (presse, témoignages clients, autres)

### **Atelier : Mise en situation sur la présentation de l'entreprise**

#### **Préparer l'offre budgétaire**

Le client a-t-il soumis une grille de tarif ?  
Comment présenter son budget ?  
Pourquoi compartimenter l'offre ?  
Sur quoi peut-on négocier ?

#### **Négocier avec les grands comptes**

Préparation de l'entretien de présentation  
La qualité comme leitmotiv  
Défendre ses prix  
Défendre ses intérêts  
Points de négociation contractuels courants  
Les techniques de négociations appliquées aux grands comptes  
Avec les services achat  
Avec les services métier

**Atelier : Travail collectif sur la préparation de l'entretien avec un grand compte.**

**Atelier : Mises en situation sur un entretien**

#### **Fidéliser les grands comptes : les outils**

Les rendez-vous de suivi  
Le foisonnement  
Les outils de communication : e-mailing, mails, réseaux sociaux  
Réductions, accords cadre et remises arrières  
Questionnaire de satisfaction  
Témoignages  
Autres outils