

Formation Gérer les grands comptes

■ Durée :	2 jours (14 heures)
■ Tarifs inter-entreprise :	1 475,00 € HT (standard) 1 180,00 € HT (remisé)
■ Public :	Commercial, Commercial Grands Comptes (KAM)
■ Pré-requis :	Posséder un/des client(s) grands comptes dans sa clientèle
■ Objectifs :	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
■ Modalités pédagogiques, techniques et d'encadrement :	• Formation synchrone en présentiel et distanciel. • Méthodologie basée sur l'Active Learning : 75 % de pratique minimum. • Un PC par participant en présentiel, possibilité de mettre à disposition en bureau à distance un PC et l'environnement adéquat. • Un formateur expert.
■ Modalités d'évaluation :	• Définition des besoins et attentes des apprenants en amont de la formation. • Auto-positionnement à l'entrée et la sortie de la formation. • Suivi continu par les formateurs durant les ateliers pratiques. • Évaluation à chaud de l'adéquation au besoin professionnel des apprenants le dernier jour de formation.
■ Sanction :	Attestation de fin de formation mentionnant le résultat des acquis
■ Référence :	COM101636-F
■ Note de satisfaction des participants:	4,59 / 5
■ Contacts :	commercial@dawan.fr - 09 72 37 73 73

■ Modalités d'accès :	Possibilité de faire un devis en ligne (www.dawan.fr , moncompteformation.gouv.fr , maformation.fr , etc.) ou en appelant au standard.
■ Délais d'accès :	Variable selon le type de financement.
■ Accessibilité :	Si vous êtes en situation de handicap, nous sommes en mesure de vous accueillir, n'hésitez pas à nous contacter à referenthandicap@dawan.fr , nous étudierons ensemble vos besoins

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'organigroupe, 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 d'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 processus 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