



# Responsable Grands Comptes

## De la stratégie à la mise en œuvre en passant par la négociation



**56 heures**  
8 jours



**Lieu de formation**  
Dans votre entreprise.  
Au centre de formation.



**Objectifs**

- ▶ Construire sa stratégie de développement grand compte.
- ▶ Décliner la stratégie en plan d'actions commerciales.
- ▶ Agri sur le groupe de décision client.
- ▶ Mobiliser les équipes internes au service du développement des grands comptes
- ▶ Construire le cadre de ses négociations sur un grand compte.



**Pour qui ?**

- ▶ Responsable Grands Comptes, responsable de vente aux Grands Comptes.
- ▶ Commercial chargé d'acquérir et de développer des Grands Comptes.
- ▶ Chef de vente et responsable commercial.



**Prérequis**

- ▶ Cette formation ne nécessite pas de prérequis.



**Enjeux**

- ▶ Évoluer



**Points forts de la formation**

- ▶ Une formation métier complète pour acquérir les fondamentaux de l'attaché commercial.
- ▶ Accompagnement individuel sur la durée : un même consultant sur tout le cycle de formation, pour aider chaque commercial à progresser à son rythme et plus rapidement.
- ▶ Les intersessions optimisent la montée en compétences : entre chaque session, les participants réalisent des travaux pratiques d'application qui sont débriefés à la session suivante.



**Une formation sur mesure**

Toutes nos formations répondent à des besoins génériques et courants, cependant nous pouvons les adapter pour répondre à vos **attentes, vos préférences et vos disponibilités** :

**Le lieu de formation** : Dans vos locaux, salles de réunions indépendantes, ou toutes autres localisations souhaitées.

**Le contenu** : Formation standard ou sur mesure en fonction de vos besoins.

**Tarif** : Le tarif minimum d'une formation est de 980,00 euros HT/jour. Ce tarif ne tient pas compte de la personnalisation de l'enseignement, en fonction de votre niveau et de vos objectifs professionnels. Veuillez nous contacter pour obtenir un devis précis.

**Délais** : Notre délai moyen constaté pour le commencement de la formation est de 1 mois après votre inscription.

**Handicap** : Si vous avez besoin d'aménagements spécifiques (pédagogique ou physique), merci de prendre contact avec nous.

Pour de plus amples informations, n'hésitez pas à nous contacter par courriel ou par le biais de notre site internet.

**Contactez-nous :**



[contact@possibility.fr](mailto:contact@possibility.fr)



[www.possibility.fr](http://www.possibility.fr)

Réf : FVE-17-0

**Découvrez le programme  
de formation générique**





**Programme**

**PARTIE 1 – CONSTRUIRE SA STRATÉGIE GRANDS COMPTES : LE PLAN DE COMPTE (3 jours)**

**1<sup>ère</sup> étape : Analyser son portefeuille de clients grands comptes**

- ▶ Évaluer le business potentiel d'un compte et son activité.
- ▶ Sélectionner ses cibles prioritaires.
- ▶ Arbitrer entre « chasse, cueillette, élevage, culture ».

**2<sup>ème</sup> étape : Bâtir son plan de compte**

- ▶ Organiser sa connaissance du compte et construire son mode de veille d'information.
- ▶ Élaborer la carte d'identité du compte et développer une vision globale pour construire son plan de compte.
- ▶ Réaliser un historique complet : volume – marge – pénétration – niveau de satisfaction.
- ▶ Hiérarchiser les cibles : analyse des atouts/attraits.
- ▶ Réaliser la cartographie des acteurs en présence.

**Training : cas pratique d'application de chaque étape du plan de compte.**

**3<sup>ème</sup> étape : Décliner sa stratégie en action**

- ▶ Finaliser le diagnostic avec la matrice EMOFF.
- ▶ Identifier les orientations prioritaires.
- ▶ Décliner le plan sur les 6 axes opérationnels.

**Training : travail de construction du plan d'actions sur cas réel.**

**4<sup>ème</sup> étape : Vendre le plan de compte**

- ▶ Bâtir la revue de compte.
- ▶ Communiquer la revue à sa direction pour vendre son plan d'actions et obtenir des moyens.

**Training : mise en situation débriefée.**

**Découvrez la suite du programme  
de formation générique**





**Programme**

**PARTIE 2 – NÉGOCIER DES ACCORDS PROFITABLES AVEC SES GRANDS COMPTES (3 jours)**

**1<sup>ère</sup> étape : Fixer le cadre de la négociation commerciale avec un grand compte**

- ▶ Identifier les acteurs « visibles ou invisibles ».
- ▶ Cerner toutes les situations de négociation face à un grand compte.
- ▶ Identifier les curseurs du pouvoir dans la négociation.
- ▶ Équilibrer le rapport de force commercial grand compte..

**Training : mise en situation pour rééquilibrer le rapport de forces**

**2<sup>ème</sup> étape : Mener la négociation jusqu'à la conclusion**

- ▶ Se préparer, établir son offre : objectif – zone plancher – zone non négociable.
- ▶ Adapter sa tactique : niveau d'exigence initial – pivots – axes de repli.
- ▶ Anticiper les demandes de concession : la matrice des échanges.
- ▶ Déplacer l'attaque vers des concessions moins coûteuses.
- ▶ Obtenir des contreparties tangibles.
- ▶ Verrouiller la conclusion.

**Training :**

- **mise en situation de toutes les étapes de la négociation ;**
- **Construction de sa propre matrice de négociation.**

**3<sup>ème</sup> étape : Mettre en place un contrat cadre**

- ▶ Définir les enjeux.
- ▶ Identifier les éventuels risques.
- ▶ Construire le modèle économique du contrat.
- ▶ Négocier le contrat.
- ▶ Piloter la mise en œuvre.

**4<sup>ème</sup> étape : Résister aux manœuvres et déjouer les pièges des acheteurs professionnels.**

- ▶ Identifier mes pièges : bluff – menace – urgence.
- ▶ Maîtriser les contre-tactiques possibles.
- ▶ Réagir efficacement dans les situations extrêmes.
- ▶ Limiter les renégociations.

**Training : Application sur cas pratique.**

**Découvrez la suite du programme  
de formation générique**





## Programme

### PARTIE 3 – DÉVELOPPER SON INFLUENCE SUR LE GRAND COMPTE (2 jours)

#### 1<sup>ère</sup> étape : Tisser sa toile au sein du grand compte

- ▶ Identifier les acteurs « visibles ou invisibles ».
- ▶ Détecter les motivations de chacun, leur poids au sein de l'organisation.
- ▶ S'adapter aux enjeux spécifiques de la fonction achat.
- ▶ Construire son plan d'actions relationnel.
- ▶ Utiliser la force des réseaux sociaux.

**Training : Check-up de son profil sur les réseaux sociaux. Est-il en phase avec ses attentes ?**

#### 2<sup>ème</sup> étape : Développer sa flexibilité relationnelle pour mieux convaincre

- ▶ Mieux connaître son style de commercial : autodiagnostic.
- ▶ Détecter le style de communication de son interlocuteur.
- ▶ Communiquer avec tous les styles pour élargir son influence et sa connaissance du compte.
- ▶ Mobiliser toutes les équipes en intégrant besoins et contraintes de chacun : la matrice des ressources.

**Training : mises en situations de face à face client sur cas pratique.**

#### 3<sup>ème</sup> étape : Maîtriser l'art du pitch pour convaincre de nouveaux interlocuteurs

- ▶ Constituer des messages à valeur ajoutée efficace.
- ▶ Construire son pitch.
- ▶ Déployer son pitch.
- ▶ Saisir les opportunités pour se faire connaître.

**Training : Entraînement au pitch filmé et débriefé.**