

RESPONSABLE GRANDS COMPTES.

Développez votre expertise en gestion des Grands Comptes avec une formation complète et actionnable. Apprenez à analyser, prioriser et structurer vos stratégies, à négocier efficacement avec des acteurs clés et à renforcer votre influence.

Durée

56.00 heures (8.00 jours)
Formation 100% synchrone

Profils des apprenants

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



Pré-requis

Aucun prérequis.

Accessibilité et délais d'accès

Pour les personnes en situation de handicap, nous étudions les actions que nous pouvons mettre en place pour favoriser leur apprentissage à travers un questionnaire avant formation. Nous nous appuyons également sur un réseau de partenaires locaux. Pour tout besoin lié à la pédagogie, notre référente est Maud : maud.hoffmann@axio-formation.com (également référente handicap)

Pour tout besoin d'ordre administratif, notre référente est Emilie : emilie.vannieuwenborg@axio-formation.com

Pour toute inscription veuillez remplir le formulaire de contact sur notre site. Vous serez recontacté.e. par notre service commercial.

Délai d'accès : 3 semaines

Processus : recueil de besoin, validation prérequis (Entretien et diagnostic initiaux pour adapter le parcours et valider le projet), devis/convention, convocation.

Qualité et indicateurs de résultats

Taux de présence VS taux d'abandon, taux de satisfaction à chaud & à froid, autoévaluation de fin de formation

OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES.



- Construire une stratégie de développement pour les Grands Comptes.
- Décliner la stratégie en plans d'actions commerciales.
- Influencer les décisions au sein des groupes de décision clients.
- Mobiliser les équipes internes pour le développement des Grands Comptes.
- Négocier des accords profitables et des contrats cadres avec les Grands Comptes.

CONTENU DE LA FORMATION.

Module 1 : Déployer une stratégie de gestion des Grands Comptes

A. Évaluer et prioriser le portefeuille clients stratégiques

- Analyser l'attrait et le potentiel des comptes.
- Classer les cibles selon leur valeur commerciale.
- Trouver le bon équilibre entre prospection, fidélisation et développement.

B. Construire un plan de compte structuré et opérationnel

- Organiser la connaissance client à travers une cartographie complète.
- Hiérarchiser les interlocuteurs clés et structurer l'historique relationnel.
- Établir une vision claire des enjeux via la matrice EMOFF.

C. Décliner la stratégie en plan d'actions ciblées

- Identifier les axes de développement prioritaires.
- Déployer un plan d'action sur 6 dimensions opérationnelles.

D. Soutenir et vendre le plan de compte en interne

- Réaliser une revue de compte convaincante.
- Obtenir l'adhésion des équipes et du management.

E. Applications à distance

- Modules en ligne et ateliers pratiques sur la priorisation des comptes, la cartographie relationnelle, le diagnostic stratégique et la construction du plan d'affaires.



Module 2 : Maîtriser la négociation commerciale avec les Grands Comptes

A. Préparer et structurer une négociation complexe

- Identifier les décideurs et les enjeux clés.
- Gérer l'équilibre du rapport de force avec méthode.
- Formuler une offre solide, adaptable et bien argumentée.

B. Conduire la négociation jusqu'à l'accord cadre

- Adapter sa tactique selon les objections et évolutions.
- Négocier des contreparties et sécuriser l'engagement mutuel.
- Structurer un contrat cadre cohérent et rentable.

C. Contrer les manœuvres d'achat agressives

- Identifier les techniques de pression (bluff, urgence, menace).
- Réagir avec assurance grâce à des contre-stratégies efficaces.

D. Applications à distance

- Module e-learning : « Conduite de négociations commerciales ».
- Cas pratiques : préparation d'une négociation stratégique et analyse critique de contrat.

Module 3 : Renforcer son influence au sein d'un Grand Compte

A. Développer un réseau relationnel efficace

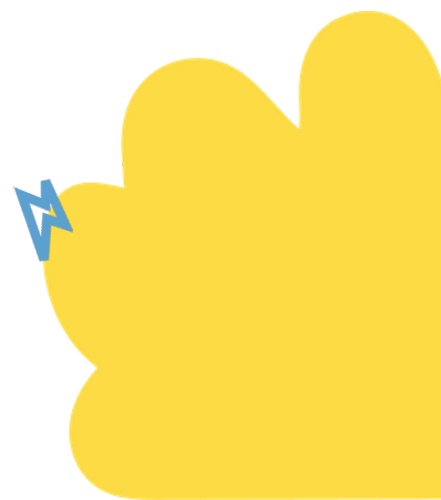
- Identifier les acteurs clés et comprendre leurs motivations.
- S'adapter aux logiques de la fonction achat.
- Mettre en œuvre un plan d'influence ciblé.

B. Maîtriser les leviers de persuasion et de communication

- Évaluer son style de communication et le faire évoluer.
- Adapter son discours à chaque interlocuteur.
- Mobiliser son équipe autour des enjeux client.

C. Créer un pitch à fort impact

- Concevoir un message percutant et différenciant.
- Présenter son offre de façon stratégique.
- Saisir les opportunités pour renforcer sa visibilité commerciale.



ORGANISATION DE LA FORMATION.

Équipe pédagogique

Notre équipe pédagogique maîtrise l'ensemble des sujets proposés à la formation. Nous construisons nos programmes en identifiant les besoins en compétences des futurs apprenants et en collaboration avec nos experts métiers. Axio Formation repose sur une approche personnalisée pour chaque parcours professionnel.

Nous concevons des formations qualifiantes qui non seulement répondent à vos besoins spécifiques, mais vous préparent aussi à exceller dans votre domaine.



Moyens pédagogiques et techniques

- **En présentiel :** • Accueil des participants dans une salle dédiée à la formation • Documents supports de formation projetés • Etudes de cas concrets • Quizz et activités collectives en salle • Mise à disposition en ligne de documents supports à la suite de la formation
- **En distanciel :** • Classes virtuelles via l'interface Digiforma ou Livestorm • Support de formation partagé • Activités d'entraînement en synchrone

Dispositif de suivi de l'exécution de l'évaluation des résultats de la formation

- Feuilles d'émargement
- Autoévaluation de niveau en début de formation et fin de formation
- Evaluations d'entraînement tout au long de la formation
- Questionnaire de satisfaction à chaud et à froid

FORMATIONS ÉLIGIBLES AU OPCO !

