

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

Ayant occupé des fonctions sur un poste de commercial

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.

- 
- Analyser l'environnement, l'écosystème et le potentiel d'un Grand Compte afin d'identifier les leviers de développement.
 - Déployer une méthode complète de gestion et de développement des Grands Comptes, de l'analyse du compte jusqu'à la négociation des accords.
 - Construire et piloter un plan de compte opérationnel, en mobilisant les bons outils, les bons acteurs et les bons indicateurs.
 - Influencer les décideurs, structurer un pitch et soutenir une proposition commerciale adaptée aux enjeux du client.
 - Préparer et conduire une négociation Grands Comptes structurée, incluant les enjeux de contrat-cadre, de rentabilité et de contreparties.
 - Mettre en application immédiatement les acquis à travers des ateliers conseil, des cas pratiques et des travaux sur les comptes réels du participant.

CONTENU DE LA FORMATION.

Module 1 : Maîtriser le rôle du Responsable Grands Comptes et la méthode de développement des comptes clés

Contenu :

- Le rôle, les responsabilités et le positionnement du Responsable Grands Comptes
- Les spécificités de la gestion des comptes stratégiques
- Les différences entre vente classique, vente complexe et approche Grands Comptes
- Les étapes d'une méthode complète Grands Comptes : analyse, ciblage, plan de compte, influence, proposition, négociation, sécurisation
- Les facteurs-clés de succès dans le développement des comptes à fort enjeu

Atelier :

- Diagnostic de la pratique actuelle du participant
- Analyse de son portefeuille et de ses enjeux prioritaires
- Positionnement de ses comptes dans une logique de développement Grands Comptes

Module 2 : Comprendre et analyser l'écosystème d'un Grand Compte

Contenu :

- Analyse de l'écosystème client : organisation, marché, contexte, enjeux business, concurrence, risques
- Cartographie des acteurs-clés : décideurs, acheteurs, prescripteurs, utilisateurs, sponsors, influenceurs
- Compréhension des circuits de décision et des rapports de force
- Détection des opportunités de développement et des points de blocage
- Lecture politique du compte

Atelier :

- Cartographie d'un compte
- Analyse des relais, freins, alliés et décideurs
- Formalisation d'une grille de lecture de l'écosystème
- Analyse d'un compte complexe avec identification des zones d'influence et des circuits de décision

Module 3 : Construire une stratégie de compte et un plan de compte structuré

Contenu :

- Sélection et priorisation des comptes stratégiques
- Analyse du potentiel de développement, de sécurisation et de rentabilité
- Définition des objectifs par compte
- Construction du plan de compte : contexte, enjeux, objectifs, acteurs, opportunités, risques, plan d'actions, pilotage
- Priorisation des actions commerciales

Atelier :

- Élaboration d'un plan de compte
- Définition des objectifs, priorités et actions
- Construction du plan d'actions à court et moyen terme



CONTENU DE LA FORMATION.

Module 4 : Développer une posture conseil et conduire des entretiens Grands Comptes

Contenu :

- Les fondamentaux de la posture conseil dans la relation Grands Comptes
- Passer d'une logique d'offre à une logique d'enjeux et de valeur
- Préparer un rendez-vous stratégique
- Conduire un entretien de découverte et d'approfondissement
- Identifier les besoins explicites et implicites
- Reformuler les enjeux du client

Atelier :

- Préparation d'un entretien et construction d'une trame de questionnement adaptée
- Travail sur les formulations, relances et reformulations
- Mise en situation d'entretien de découverte avec débrief sur posture, questions et exploitation des réponses

Module 5 : Influencer les décideurs et mobiliser les équipes internes

Contenu :

- Les leviers d'influence dans les ventes complexes
- Adapter son approche selon les profils et les intérêts des interlocuteurs
- Gérer les jeux d'acteurs et les résistances
- Construire une stratégie d'accès aux décideurs
- Mobiliser les ressources internes autour d'un objectif commun
- Animer la coopération transverse dans la durée

Atelier :

- Analyse d'une situation réelle d'influence ou de blocage
- Préparation d'un plan d'influence sur un compte stratégique
- Construction d'un dispositif de mobilisation interne

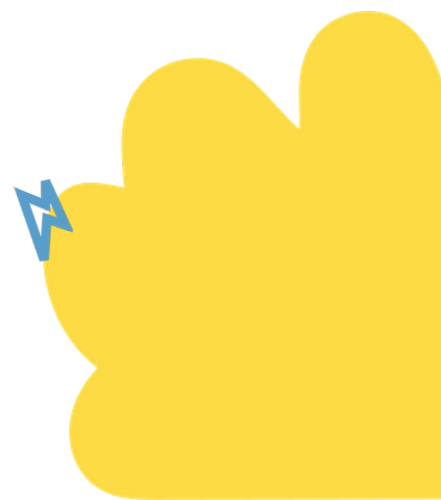
Module 6 : Structurer une proposition commerciale et préparer un pitch à fort enjeu

Contenu :

- Structuration d'une proposition commerciale Grands Comptes
- Hiérarchisation des messages et construction de la valeur
- Mise en avant des bénéfices, impacts, résultats et éléments différenciants
- Adaptation du discours selon l'interlocuteur
- Préparation du pitch commercial et de la soutenance
- Réponse aux objections et défense de la proposition

Atelier :

- Relecture et optimisation d'une proposition
- Préparation d'un pitch et d'une soutenance commerciale



CONTENU DE LA FORMATION.

Module 7 : Déployer une négociation Grands Comptes structurée

Contenu :

- Les spécificités de la négociation Grands Comptes
- Les typologies de négociation : prix, conditions, volumes, exclusivité, services, durée, engagements réciproques
- Préparer une négociation structurée : objectifs, cible, point de rupture, scénarios, arguments, concessions, contreparties
- Analyser le rapport de force
- Défendre la valeur de l'offre
- Gérer les tactiques d'acheteurs
- Conduire l'entretien de négociation
- Conclure et sécuriser l'accord

Atelier :

- Préparation d'une négociation
- Définition des objectifs, marges de manœuvre et lignes rouges
- Construction de scénarios de négociation

Module 8 : Négocier et sécuriser un contrat-cadre profitable

Contenu :

- Les enjeux commerciaux du contrat-cadre
- Les points de vigilance : prix, remises, volumes, conditions de révision, niveaux de service, pénalités, exclusivité, gouvernance
- Équilibre entre gain commercial et risque contractuel
- Défense des intérêts de l'entreprise dans la durée
- Collaboration avec les fonctions juridique, finance et direction
- Préparer une relecture commerciale d'un contrat-cadre

Atelier :

- Analyse commentée d'un projet de contrat-cadre et arbitrage des points de négociation

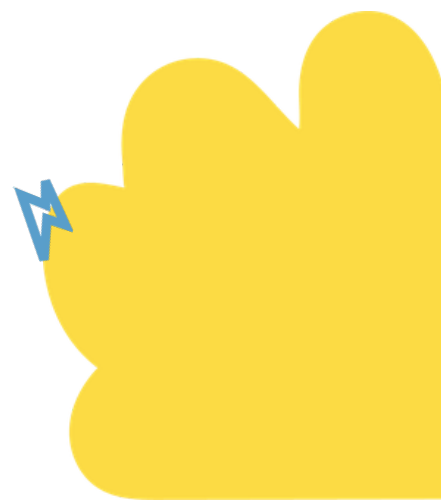
Module 9 : Intégrer l'IA dans la pratique du Responsable Grands Comptes

Contenu :

- Les usages concrets de l'IA pour le métier de Responsable Grands Comptes
- Exploiter l'IA pour : analyser un compte, synthétiser des informations, préparer un rendez-vous, structurer un plan de compte, préparer un pitch, anticiper des objections, préparer une négociation
- Personnaliser son approche commerciale grâce à l'IA
- Gagner en efficacité sans perdre en pertinence
- Limites, confidentialité, fiabilité et validation humaine

Atelier :

- Construction d'une boîte à outils IA adaptée à l'activité du participant
- Création de prompts exploitables dans sa pratique quotidienne



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 • Quiz 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 !

