

Formation Savoir vendre et négocier avec les grands comptes

Objectifs de la formation Négociation

Cette formation Négociation vous permettra de :

- Découvrir les spécificités de la vente stratégique aux grands comptes et adapter sa stratégie commerciale.
- Élaborer un plan d'action pour conquérir le compte.
- Renforcer son impact personnel en communication pour faire face à la variété des interlocuteurs et des situations.
- Négocier en préservant sa rentabilité.

À qui s'adresse cette formation ?

Public :

Cette formation Négociation s'adresse à toute personne amenée à conduire des négociations pour aborder des clients et prospects grands comptes : vendeurs, commerciaux, responsables comptes-clés, chefs de projets etc.

Prérequis :

Aucun

Contenu du cours Négociation

Définir le périmètre d'action du commercial grand comptes

Comprendre le fonctionnement d'un grand compte

Définition des grands comptes

Caractéristiques communes

Être commercial grand compte : qualités intrinsèques et principales caractéristiques, démarche et rôle spécifique

Étape 1 : Analyser et élaborer un plan d'action du compte

Évaluer le potentiel du compte, son intérêt stratégique, financier, économique...

Répertorier les informations utiles pour travailler avec ce compte (son marché, ses enjeux, ses projets, etc.)

Construire sa grille de synthèse du compte (les activités, l'organisation, les hommes...)

Définir sa stratégie de pénétration du compte

Identifier les difficultés et les tactiques de contournements

Travaux pratiques

Etablir la cartographie d'un compte à partir d'informations données

Etape 2 : Faire vivre la relation avec le compte

Enrichir sa connaissance du compte : identifier les différents interlocuteurs et leurs rôles dans la prise de décision (conseillers, filtres, décisionnaires...) et le fonctionnement des différents services impliqués

Préparer les entretiens et les informations à obtenir

Gérer les contacts avec des interlocuteurs multiples

Identifier les bénéfices perçus par le client des solutions proposées et leurs avantages concurrentiels (ROI, motivations d'achats...)

Fédérer les équipes en interne dans le suivi du compte et l'apport d'informations stratégiques : revue de compte, revue d'affaires

Estimer les chances de succès

Cas pratiques

Elaboration d'une fiche d'analyse d'affaires concurrentielles

Étape 3 : développer ses capacités à négocier

Se positionner en conseil

Préparer ses négociations (de positions, et/ou d'intérêts) pour préserver ses marges

Appréhender les comportements et techniques d'achat des acheteurs

Faire face aux pièges

Préserver les relations dans la durée

Mise en situation : préparer et conduire une négociation

Synthèse des points essentiels à retenir