

Vendre en grands comptes

Durée de la formation :

3 jours

Horaires de formation :

08h45 - 12h30 / 13h45 - 17h00

Pré-requis :

Ingénieurs commerciaux,
commerciaux seniors et
responsables commerciaux
opérationnels.

Objectifs :

En fin de formation, chaque stagiaire
aura développé ou amélioré son
approche stratégique.

L'objectif est également de
développer ses talents de
négociateur

Cours suivant :

-

Pour vous inscrire :

Tel. : 04.78.14.19.19

Fax : 04.78.14.19.00

Email : amra.info@atoutmajeur-ra.com

Renseignements et planning des formations :

<http://www.atoutmajeur.com>

MAITRISER UNE APPROCHE STRATEGIQUE DU COMPTE ET DE LA VENTE

Module 1 : Identifier et évaluer les circuits décisionnels de l'entreprise

Identifier les acteurs du groupe d'influence et de décision

Apprécier les rôles visibles et invisibles dans la décision

Evaluer les potentialités

Détecter les objectifs personnels, comprendre les attitudes, évaluer les alliances et les sabotages possibles

Comprendre les mécanismes des services achats

Module 2 : Définir et mettre en œuvre sa stratégie

Créer et animer un réseau de complicités pour informer et être informé

Effectuer les choix stratégiques : définir ses axes d'action, ses alliés, ses modes d'approche et établir des relations durables

Observer les changements de contexte interne ou externe pour gérer sa vente dans un environnement évolutif

Module 3 : Renforcer sa position de partenaire privilégié

Identifier les intérêts respectifs entreprise/compte

Evaluer la rentabilité du compte à court terme et dans le temps

Représenter les intérêts de son compte au sein de l'entreprise

Module 4 : Gérer son activité de négociateur grand compte

Evaluer les indices de potentialités et de probabilité

Affecter son temps en fonction de ses priorités

Répartir ses ressources entre la détection des nouvelles opportunités, le développement et la conclusion des affaires en cours

ASPECTS TACTIQUES DES RELATIONS COMMERCIALES GRANDS COMPTES

Module 1 : Accroître son professionnalisme pour asseoir sa crédibilité de négociateur

Module 2 : Définir les étapes clés de la négociation

Cerner le projet du client, son origine, ses composantes...

Mesurer les éléments périphériques (concurrence, environnement)

Vendre en grands comptes

Analyser le degré d'ouverture et choisir son positionnement

Identifier les leviers sur lesquels agir

Les indicateurs d'approbation

Analyse des facteurs psychologiques

Les plaisirs de la négociation

Module 3 : Analyser le groupe de décision

Prendre en compte tous les intervenants dans la négociation

Cerner les véritables objectifs de chaque acteur

Mesurer les possibilités d'interactions et les relations d'influence

Anticiper les stratégies probables de chacun des acteurs

Module 4 : Peser sur le rapport de forces

Evaluer le rapport de forces entre les différentes parties

Déterminer les actions possibles pour inverser un rapport de forces défavorable

Module 5 : Les objections

Nature des différentes objections

Détection des fondements

Analyse des phases à fortes objections

Utiliser l'objection comme source d'argumentation

Analyse de synthèse des zones d'objections

Module 6 : Etablir l'offre

Déterminer ses objectifs globaux de négociation, les valeurs planchers, les zones son négociables

Définir son positionnement tactique : niveau d'exigence initiale, pivots, axes de repli

Présentation de l'offre

Module 7 : Préparer ses outils tactiques

Construire les bases de la défense de la proposition initiale

Anticiper et traiter les demandes de concessions : la matrice du donnant/donnant et des contreparties

Module 8 : Conduire la négociation

Aboutir à une conclusion profitable : les erreurs à ne pas commettre, les techniques pour verrouiller l'issue de la négociation

Pour vous inscrire :

Tel. : 04.78.14.19.19

Fax : 04.78.14.19.00

Email : amra.info@atoutmajeur-ra.com

Renseignements et planning des formations :

<http://www.atoutmajeur.com>