

# ACCOUNTING MANAGEMENT

**OBJECTIFS :** *Bâtir sa stratégie et sa tactique Grands comptes Élargir son influence au sein des comptes Négocier des accords profitables*

## ÊTRE CAPABLE DE :

- Comprendre les enjeux et processus clés de la vente Grands comptes
- Prospecter et mailler son portefeuille Grands comptes
- Comprendre et mettre en œuvre les différents plans à élaborer, préparer et suivre
- Savoir se positionner sur un AO
- Négocier et conclure avec les Grands comptes.

**PUBLIC :** Comprendre les enjeux et processus clés de la vente Grands comptes

Prospecter et mailler son portefeuille Grands comptes  
Comprendre et mettre en œuvre les différents plans à élaborer, préparer et suivre  
Savoir se positionner sur un AO  
Négocier et conclure avec les Grands comptes

**PRÉREQUIS :** minimum 3 ans en tant que commercial.

**DURÉE :** 3 jours (21 heures)

**PRIX :** 2 100 € HT / personne  
*Supports inclus*

## MOYENS PÉDAGOGIQUES :

- minimum 3 ans en tant que commercial

## ÉVALUATION FORMATIVE :

Bilan individuel de mise en pratique  
Quiz par séquenç.

Tableau blanc, paperboard, vidéoprojecteur dans chaque salle.

## COMPRENDRE LES ENJEUX ET PROCESSUS CLÉS DE LA VENTE GRANDS COMPTES

- Les constats clés de la vente Grands comptes
- Business Model de la vente Grands comptes
- Les étapes clés de la vente Grands comptes
- Le cycle de vente et ses enjeux dans une approche Grands comptes
- Le processus achats et ses enjeux dans une approche Grands comptes
- La logique et le mode de fonctionnement des acheteurs

## PROSPECTER ET MAILLER SON PORTEFEUILLE GRANDS COMPTES

- Identifier les interlocuteurs de la prise de décision
- Identifier le ou les organigramme(s)
- Identifier et créer le sociogramme
- Identifier le potentiel de décision ou d'influence
- Identifier les Intérêts et pouvoirs d'influences
- Identifier les Synergies et antagonismes
- Manager son portefeuille Grands comptes avec des matrices clés
- Élargir les frontières à l'intérieur du compte
- Les entretiens avec les acheteurs et les opérationnels
- Les rendez-vous avec le top management
- Les rendez-vous réseau
- Lobbying et networking
- Piloter les ressources internes
- Les facteurs critiques de succès pour les équipes

## LES DIFFÉRENTS PLANS À ÉLABORER, PRÉPARER ET SUIVRE

- Élaborer et mettre en œuvre son plan de compte

Préparer et présenter son plan de compte à la direction lors de la revue de compte

- Organiser son plan de contacts
- Le plan marketing relationnel
- Le plan de suivi client
- Le plan et la revue des risques

## SE POSITIONNER SUR UN AO

- Pratiquer le Go/No Go sur une affaire
- Raisonner autant opportunités que risques, faire son SWOT
- Mettre des limites à l'investissement initial
- Choisir son terrain de jeu
- Écrire une offre orientée client
- Écrire à un groupe de décideurs
- Organiser l'équipe interne de rédaction
- Construire la proposition commerciale
- Suivre le rituel de l'oral en short-list
- La préparation 152
- Le déroulement de la présentation 160

## NÉGOCIER ET CONCLURE

- Préparer la négociation
- Identifier et lever les objections du client/Acheteur
- Maîtriser l'art de l'argumentation
- Vendre et défendre ses marges
- Mener avec succès des négociation de type acheteur/Vendeur
- Conclure la vente et consolider des relations d'affaires pérennes

## PROFIL DE NOS FORMATEURS

*Consultants experts en Relation Client difficile et recouvrement.*

*Ils sont validés pour leur capacité à transmettre leur savoir, à développer des comportements efficaces et faciliter l'acquisition de compétences.*

**SANCTION :** *attestation de fin de formation et mesure des acquis.*

