

Gérer un portefeuille de grands comptes – GPGC

Déterminer les actions à mener pour fidéliser et accroître sa clientèle « grands comptes »

Code produit : GPGC

Niveau : Expertise

Modalité : Presentiel

Durée (en heure) : 14.0

Tarif :

Eligible DDA : oui

Public :

Commerciaux et cadres commerciaux

Prérequis :

aucun

Objectif

- Consolider et fidéliser activement ses clients en portefeuille
- Identifier et développer des opportunités de croissance
- Avoir une approche prospective

Programme de la formation

1- Mettre en place une veille orientée client

- Comprendre l'évolution des marchés du client
- Percevoir son organisation hiérarchico-fonctionnelle
- Définir le mapping de décision
- Identifier les opportunités de développement et les risques

2- Définir une stratégie d'objectifs

- Des objectifs défensifs : consolider sa part de marché relative et son chiffre d'affaires
- Des objectifs offensifs : abonder sur les produits existants, se diversifier, promouvoir des produits à forte marge
- Des objectifs de communication : associer ses clients à des opérations de communication promotionnelle
- Des objectifs réseaux : obtenir des recommandations dynamiques et promouvoir les réseaux d'affaires de ses clients

3- Concevoir et mettre en œuvre un plan d'actions

- Définir les actions marketing et commerciales à engager en fonction des cibles

- Se fixer des objectifs spécifiques pour chaque action
- Arrêter le calendrier
- Evaluer les moyens matériels et humains à mobiliser
- Déterminer le dispositif de suivi et d'évaluation
- Reporter et analyser les résultats opérationnels
- Décider des actions correctrices
- Se doter d'un tableau de bord de pilotage

4- Préparer et mener des présentations et des négociations avec des groupes de décideurs

- Prendre en compte le contexte spécifique du client
- Identifier les enjeux client à court, moyen et long terme
- Comprendre les jeux d'influences au sein du groupe de décision
- Percevoir les objectifs et les contraintes spécifiques de chacun
- Gérer le phénomène de groupe lors de la présentation
- Répondre aux objections et aux questions difficiles
- Finaliser une négociation sur un mode gagnant/gagnant

Moyens d'évaluation

Méthodes pédagogiques

- | | |
|--|--|
| <ul style="list-style-type: none"> • Evaluation des acquis de la formation par le biais de QCM et/ou d'exercices pratiques • Questionnaire de satisfaction à chaud complété par chacun à l'issue du stage • Questionnaire d'évaluation à froid complété par chacun entre 2 et 3 mois après le stage | <ul style="list-style-type: none"> • Réalisation de cas pratiques • Exposés à partir d'un diaporama • Jeux de rôles |
|--|--|