




# Vendre en grands comptes


## Durée de la formation : 3 jours (21h)


 **Horaires de formation**  
08h45 - 12h30 / 13h45 - 17h00


 **Pré-requis**  
Ingénieurs commerciaux,  
commerciaux seniors et responsables  
commerciaux opérationnels.


 **Public visé**

 **Objectifs et compétences visées**  
En fin de formation, chaque stagiaire  
aura développé ou amélioré son  
approche stratégique. L'objectif est  
également de développer ses talents  
de négociateur

 **Organisation**  
Formation animée en présentiel.  
Groupe de 3 à 8 personnes.  
Emargement signée par ½ journée par  
les stagiaires et le formateur. A l'issue  
du stage les apprenants renseignent un  
questionnaire d'évaluation à chaud qui  
est ensuite analysé par nos équipes.

 **Le formateur**  
La prestation est animée par un  
consultant formateur dont les  
compétences techniques,  
professionnelles et pédagogiques ont  
été validées par Atout Majeur.

 **Moyens techniques et  
pédagogiques**  
Alternance entre théorie et pratique.  
Mise à disposition d'une salle équipée.  
Support de cours.

 **Validation des acquis et  
attestation**  
Les exercices réalisés permettent de  
mesurer le degré de compréhension et  
d'acquisition des compétences visées.  
Une attestation de formation  
comportant les résultats de l'évaluation  
des acquis est délivrée en fin de  
formation.

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

Identifier les acteurs du groupe d'influence et de décision  
Appréier les rôles visibles et invisibles dans la décision  
Évaluer 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  
Évaluer 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

Évaluer 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)  
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

Évaluer 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 : Établir 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**

**04.78.14.19.19**

[contact@atoutmajeur-ra.com](mailto:contact@atoutmajeur-ra.com) / [www.atoutmajeurlyon.com](http://www.atoutmajeurlyon.com)

---