

La difficulté aujourd'hui, pour développer un compte, est que même si vos clients n'ont pas de doutes quant à votre société, vos compétences, vos produits ou services, ils sont surtout préoccupés de résoudre leurs problèmes et d'atteindre les objectifs qu'ils se sont fixés. En fait, vos solutions ne signifient rien pour beaucoup de vos clients jusqu'à ce qu'ils perçoivent comment ceux-ci peuvent les aider à atteindre leurs objectifs.

Pour y parvenir, le commercial doit remplir trois rôles qui leur permettront d'apporter une réelle valeur ajoutée et ainsi de se différencier de la concurrence :

- **Conseil** : aider le client à prendre une bonne décision d'achat
- **Partenaire** : prendre en compte les changements, résoudre les problèmes et trouver des solutions gagnant-gagnant
- **Coordinateur** : savoir impliquer l'ensemble des ressources de l'entreprise pour mieux satisfaire le client

Objectifs

- Accroître votre capacité à développer des comptes complexes pour adopter un système de prévisions plus fiable
- Avoir un processus de réflexion stratégique pour progresser à l'intérieur d'un compte dans des situations de vente faisant intervenir plusieurs interlocuteurs

Compétences développées

- Analyser vos comptes en rassemblant des informations valables sur :
 - L'entreprise cliente et son marché
 - Vos interlocuteurs (situations, objectifs, besoins personnels)
 - Le processus de décision (politique interne, rôles décisionnels)
 - Les facteurs d'influence (externes, internes, personnels)
- Etablir une stratégie de développement de compte en identifiant les produits, les ressources et les objectifs d'entretien à mettre en oeuvre
- Suivre le compte pour répondre aux attentes de vos clients
 - Instaurer une organisation avec le client
 - Surveiller la mise en place de la solution
 - Vérifier la satisfaction client

Bénéfices pour l'entreprise

- Gagner des parts de marché
- Optimiser la rentabilité des solutions vendues
- Etablir une relation gagnant-gagnant avec les clients pour les fidéliser

Méthode pédagogique

- La méthode pédagogique associe trois principes :
 - la progressivité
 - l'application au métier
 - l'interactivité
- Les activités pédagogiques sont fondées sur :
 - la prise de conscience : jeux de sensibilisation
 - l'acquisition : présentations, lecture et exercices interactifs
 - l'analyse et le partage d'expériences : discussions
 - l'entraînement : travaux en sous-groupes, jeux de rôles spécifiques

Modalités pratiques

- Nombre de participants
 - 9 maximum
- Durée du séminaire
 - 2 jours
- Pré-requis
 - Commerciaux expérimentés, responsables de vente et marketing appelés à gérer et développer des comptes clients

Une approche sur-mesure

*Le contenu de la formation est spécifiquement adapté
au métier des participants et en lien avec
la stratégie de votre entreprise*