



Formation commerciale

MODULE 1 SEGMENTER ET CIBLER POUR GAGNER

- Les enjeux de la politique commerciale.
- Analyse A.F.O.M.
- Utilisation de la matrice Mc Kinsey.
- Workshop & segmentation de portefeuille clients et prospects.
- Orientation des ressources actuelles.
- Moyens à mettre en place et résultats escomptés.

MODULE 2 ANALYSER, VENDRE, DÉFENDRE LA DIFFÉRENCIATION & VALEUR

- Cerner l'importance réelle de notre produit dans le process du client (Matrice Kraljic).
- Appréhender la déperdition entre la différenciation voulue et la différenciation perçue.
- Méthodologie de la chaîne de valeur, de coût et de perception.
- Instruire la relation clients (faits & figures).
- Défendre son prix.
- Atelier du triangle de la perception des +/- .
- Jeux de rôle sur la technique de défense du prix.

MODULE 3 GÉRER ET OBJECTIVER LA RELATION COMMERCIALE

- La gestion de la relation client.
- Définition du besoin et de l'existant.
- Définir les sources. (automatique, manuel).
- Construire les indicateurs de la G.R.C.
- Définir le fonctionnement (qui, quoi, quand).
- Valorisation du concept dans une relation commerciale B to B.

MODULE 4 KEY ACCOUNT MANAGEMENT & KEY ACCOUNT PLAN

- Définition des enjeux du Key Account Management.
- Définition d'un Key Account et du périmètre existant.
- La vente complexe.
- Compétence et structure nécessaires.
- Travailler en équipe matricielle.
- Le Key Account plan et les outils.
- Workshop sur l'existant.

MODULE 5 STRATÉGIES, MÉCANISMES, LEVIERS ET CONTRAINTES ACHATS

- Dans la peau d'un acheteur.
- Manœuvres pour gagner du pouvoir.
- Les outils de segmentation de portefeuille achat.
- Les rôles, poids et fonctions dans le processus de décision B to B.
- La matrice de Kraljic et les leviers de la négociation.
- Appels d'offre et décomposition des prix.

MODULE 6 COACHING COMMERCIAL ET COMPTE CLEF

- Accompagner les commerciaux dans la partie amont, face à face et aval de la vente.
- Valider la compréhension et la mise en œuvre de la politique ainsi que des outils existants.
- Identifier les Best Practices.
- Extension des Best Practices.
- Conduite du changement.
- Coaching "sur mesure" à définir.