

# Stage 17/6 Vente stratégique et compte-clé

## Objectifs

Ce stage développé en partenariat avec Krauthammer a pour objectif d'optimiser les chances de réussite envers un compte-clé, et d'intégrer les dimensions stratégique et politique dans le processus de vente pour gérer un processus de décision complexe.

Il vous permettra :

- D'établir et développer une relation à haut niveau avec le dirigeant
- D'identifier les rôles et fonctions de chacun des acteurs et gérer leurs divergences pour aboutir à une issue favorable.
- D'élaborer une véritable vision d'achat et créer de la valeur « différenciante ».
- De vous positionner en partenaire stratégique dans une posture de vente conseil.
- Développer son portefeuille d'affaires en anticipant les besoins futurs.

## A qui s'adresse la formation

Commerciaux ou dirigeants expérimentés et maîtrisant l'ensemble des éléments de la vente en face à face, souhaitant franchir « un cap » au regard de clients plus exigeants ou face à des processus de décisions plus complexes.

**Prérequis :** expertise et maîtrise de la fonction commerciale ainsi que des outils et offres de l'entreprise

## Intervenants

Philippe BAZIN, Groupe Krauthammer

## Lieu de la formation

UNIIC, 68 Bd Saint-Marcel 75005 Paris

## Dates

**4 jours en séquentiel** de 9H 00 à 17H 00 (soit 7 heures par jour)

**5 septembre 2017 & 10 octobre 2017 & 7 novembre 2017 & 7 décembre 2017.**

## Coût

Adhérent UNIIC 3.300 € TTC déjeuner compris

Non adhérent 3.780 € TTC déjeuner compris

## Bulletin d'inscription 17/6

à adresser à IDICG - Chantal Richardeau - 68 bd Saint Marcel - 75005 Paris, **avec le chèque de règlement libellé à l'ordre de l'IDICG**. La convention et la facture vous seront adressées par retour.

Nom	Prénom
Société / organisme	
Courriel de l'inscrit	
Fonction / service	
Adresse	
Code Postal	Ville

# Stage 17/6 Vente stratégique et compte-clé

## Programme

### 1<sup>ère</sup> journée : Comprendre l'environnement client et définir sa problématique

- ✚ Perception personnelle et réalité client « compte-clé » : craintes, obstacles et tremplins.
- ✚ Les essentiels de la communication interpersonnelle liés à la démarche commerciale.
- ✚ Processus et caractéristiques propres à la vente stratégique complexe.
- ✚ La Référence Active : l'objectif final de toute stratégie de développement d'un compte-clé.
- ✚ Les questions pour localiser la problématique client et établir un réel « constat de douleur »

### 2<sup>ème</sup> journée : Clarifier la position de chaque acteur-clé et établir une proposition de valeur

- ✚ Le processus de décision interne : les différents rôles, les 6 acteurs-clés.
- ✚ Le positionnement de chacun par rapport au projet et à la solution : degré d'influence, processus de décision et interactions.
- ✚ Les 4 parties de la proposition de valeur : contexte général, cadre du projet, solution, création de valeur.
- ✚ La question indirecte pour lever les éventuels freins et obtenir une réponse « vraie »
- ✚ La maîtrise de soit lors des diverses confrontations et la gestion émotionnelle de la relation.

### 3<sup>ème</sup> journée : Démontrer sa différence et engager les décideurs

- ✚ La présentation de notre offre chez le client : synthétiser le fond, optimiser la forme.
- ✚ Le traitement des objections spécifiques lors de présentation et débats contradictoires.
- ✚ La négociation face à un « comité d'achat » : les comportements appropriés.
- ✚ La préparation à la négociation : différentes issues, niveaux d'acceptation, ligne de rupture.
- ✚ La défense du prix, des marges : les réponses aux 4 grands types d'objection.

### 4<sup>ème</sup> journée : Optimiser les chances de conclusion et développer partenariat et réseau

- ✚ Les stratégies d'attaque face à la concurrence et l'analyse de la différence.
- ✚ Apprécier les chances de succès : évaluer les probabilités de conclure... et réagir tant qu'il en est encore temps
- ✚ Agir efficacement sur sa hiérarchie : influencer en interne pour satisfaire des demandes particulières client.
- ✚ Du ROI au ROC : dès lors que son retour sur investissement est assuré, obtenir notre retour sur client !
- ✚ L'entretien de partenariat : instaurer une prospective régulière pour une meilleure fiabilité de ses ventes et de la satisfaction client.