

Key Account Management

Pour développer vos relations avec vos clients stratégiques

Horaire: de 9 h à 17 h

Lieu: CRPM – Lausanne

Fr. 1'200.– + TVA

2
jours

Face aux gros clients dont la puissance d'achat s'est accrue au fil du temps, vous devez mettre en place une structure multifonctionnelle à même de conduire votre organisation au succès.

Il importe donc de comprendre vos clients et d'intégrer leurs stratégies dans votre approche commerciale. Vous devez penser valeur et actionner tous les leviers possibles pour générer des résultats et établir un partenariat sur le long terme. Ce séminaire vous propose de comprendre la démarche du Key Account Management. Ces approches sont directement transposables dans votre pratique.

Destinataires

Cadres ou collaborateurs impliqués ou destinés à intervenir dans le processus de relations d'affaires avec des Grands Comptes. Managers visant à mettre en place une structure de Key Account Management.

Méthodes

Apport sous forme d'exemples concrets d'où seront tirés les éléments théoriques. Participation active du groupe pour illustrer l'application des notions présentées dans le contexte professionnel de chacun.

Animateur

Philippe Hari

Programme

Les limites de la vente traditionnelle et les enjeux de l'approche Grand Compte

- Pourquoi changer?
- Quand faire le pas?

La connaissance de son client

- Les incontournables.
- L'analyse «SWOT».

Du vendeur à la structure Grand Compte

- Quelle structure pour quel type de client.
- Le rôle du Key Account Manager.
- Les facteurs clés de succès.

La construction de l'offre Grand Compte

- Les motivations d'achat.
- La notion de valeur.
- L'articulation de l'offre personnalisée.

Le processus de présentation

- L'engagement de l'équipe.
- La coordination des interventions.
- Le partage d'informations.

Le suivi des Grands Comptes

- Les étapes à ne pas manquer.
- La revue d'affaires.
- Assurer l'avenir.

OBJECTIFS

- Comprendre l'environnement complexe et identifier les «drivers» de vos Grands Comptes.
- Mobiliser les ressources compétentes pour établir la dynamique entre vos organisations.
- Positionner votre offre en tant que réelle source de valeur et gérer les phases de développement.

Remarque

Sur demande, ce séminaire peut être suivi d'un accompagnement en entreprise pour travailler et résoudre une problématique propre à votre organisation.