

# COMMENT ELEVER SES GRANDS COMPTES ?

## *Pour vendre d'autres prestations de conseil*

### Objectifs

- Maîtriser les méthodes et outils spécifiques au développement de CA additionnel de conseil
- Concerne la stratégie globales de votre entreprise de conseil, et les approches spécifiques de chaque acteur commercial.

### Personnes concernées

- 👉 Commerciaux
- 👉 Consultants
- 👉 Les acteurs en relation avec les clients

### Pré requis

Expérience de la vente.

### Durée

2 jours.  
Possible en mode coaching individuel

### Pédagogie et animation

- Des outils hyper pragmatiques et une pédagogie ludique.
- Etudes de cas : Directement ceux de votre entreprise

### Points forts

Un stage très opérationnel et personnalisé:

- Déclinaison pratique de l'ensemble du programme sur vos cas réels



Disponible aussi en anglais

**Programme  
Savoir-faire  
développé**

### LES APPROCHES SYSTEMIQUES :

#### 👉 **LES DONNEES DE DEPART**

Quelles données client sont essentielles pour bâtir une stratégie de fidélisation ? (satisfaction client, poids critique, etc.) – l'Outil CRM

#### 👉 **CIBLER : Quelles sociétés fidéliser le plus?**

Outils : La méthode Pareto - Matrices ABC' - le plan de comptes - Le Plan d'Actions Commerciales: Comment bien organiser les actions par compte ?

#### 👉 **LES ACTEURS DE LA FIDELISATION**

Commerciaux, consultants, et... Administration des ventes, Services après-vente, l'implication de la hiérarchie, etc. Conditions de succès de la coopération transversale.

#### 👉 **CONCENTRATION**

Peut-on tenter de réduire le nombre de cabinets de conseil pour un même client ? - Méthodes et outils pour y parvenir

#### 👉 **EXPANSION**

-Vendre d'autres offres de conseils, aux mêmes interlocuteurs ?  
-Vendre les mêmes offres de conseil à d'autres interlocuteurs ?  
Méthodes et outils pour y parvenir

#### 👉 **PARTENARIAT**

Quels privilèges (tarifaire, délai, outils, etc.) peut-on offrir à nos clients ?

#### 👉 **MARKETING RELATIONNEL DE LA FIDELISATION**

Outils de communication à utiliser pour maintenir la relation :  
Le web, newsletter, téléphone, mail, SMS, MMS, les outils de réseaux sociaux, le marketing viral.

Comment organiser et suivre sa communication de fidélisation ?

### LES ACTIONS COMMERCIALES:

#### 👉 **TECHNIQUE DU CHAMPION**

Qu'est-ce qu'un client « champion ».  
Comment l'obtenir, comment bien l'utiliser ?

#### 👉 **LES CADEAUX**

Parrainage, et autres formes.  
Avantages et limites pour les activités de conseil.

#### 👉 **TABLEAUX DE BORD DE LA FIDELISATION**

Quels indicateurs, les outils ?