



Grands Comptes Utilisateurs : Comprendre leurs enjeux et agir efficacement avec eux

" L'intervention du grand compte est très intéressante. "

La cible

Responsables grands comptes, comptes-clés, responsables marketing et chefs de produits.

- Politiques d'offres : caractéristiques, description, spécificités...
- Organisation interne : fonctions clés, mode de décision, process de référencement...
- Politiques d'achat : organisation, critères clés, process décisionnel, timing...

Le programme

Le panorama du marché des Grands Utilisateurs.

- Les marchés CHF et les Grands Comptes Utilisateurs : chiffres clés, par segments, métiers, segmentations et concentration.
- Politiques d'approvisionnement et de logistique produits.
- L'offre (profondeur) et sa mise en œuvre : les directifs, les semi directifs, les non directifs.
- Leur réseau/front de vente : politique, animation.
- Valorisation de l'offre : leurs clients, tickets moyens/segments, politiques de marges.
- Zoom sur quelques acteurs (offres, fonctionnement et caractéristiques).

Travaux en sous-groupes autour de 4 métiers utilisateurs, grands comptes structurés :

1. **Restauration rapide/vente à emporter.**
(ex. Quick, McDonald's, Brioche Dorée, Paul...)
2. **Restauration assise : à thème, brasseries, traditionnelle.** (ex. Hippopotamus, Chez Clément, Pizza Del Arte...)
3. **Revente : pétroliers, distribution automatique.**
(ex. Total, Shell, Sélecta...)
4. **Self pour adultes en restauration collective : entreprise, santé.** (ex. Sodexo, Elior, Compass...)

En 3 étapes :

(30 mn de préparation,
30 à 45 mn de restitution, d'échanges sur le cas)

ETAPE 1 : « Se mettre à la place d'un responsable d'offre utilisateur. »

- Caractéristiques générales : métier, positionnement, réseau, axes de croissance/développement, priorités...
- Clientèle : clients, clients des clients, profils, tickets moyens...

ETAPE 2 : « Identifier les attentes produits/services des Grands Utilisateurs. »

- Quelles logiques de sélection d'une offre produit-industriel à travers 4 produits : 2 produits food, 1 boisson, 1 matériel de table.
- Quels bénéfices attendus ?
- Comment estimer le potentiel annuel d'un produit sur un réseau Grand Utilisateur/une enseigne (approche, méthode) ?

Intervention d'un « Grand Utilisateur »
et déjeuner en sa compagnie.

ETAPE 3 : « Optimiser ses démarches et approches marketing/vente et revente vers les Grands Utilisateurs »

- Quels argumentaires : quelles caractéristiques produits mettre en avant ?
- Quel pilotage de la chaîne de la valeur globale/comment la maîtriser (de l'industriel, distributeur... jusqu'aux Grands Utilisateurs et leurs consommateurs) ?
- Quel plan d'actions mettre en œuvre : comment/auprès de qui chez les cibles Grands Comptes Utilisateurs ? Process de revente interne.
- Quelle logistique et coordination distributeur prévoir : approche de la relation triangulaire.

Synthèse générale

Durée de la formation

1 journée.

Coût de la formation

Tarif membre : 630 €HT - 753,48 €TTC
Tarif non membre : 940 €HT - 1.124,24 €TTC