

Oh, non !  
Il faut encore  
qu'on fasse  
des plans  
de comptes...

## **Account Plan 360**

Comment passer à  
des plans de comptes  
qui marchent, en vrai ?

# L'Account Plan, aujourd'hui

- **Chaque année, c'est la même histoire** : les commerciaux passent un temps fou à faire des plans de compte qui sont des copier/coller des rapports annuels, sans réelle utilité pour développer les comptes
- **On connaît peu les powermaps** de nos grands comptes
- Les commerciaux formulent **des ambitions très génériques et mal traduites en plan d'actions**.
- On reste sur du « y a qu'à, faut qu'on », et à la fin de l'année, **on constate peu de résultats** au regard des ambitions initiales...



Ouch !  
C'est pas faux...

# Ce que vous adoreriez

## Que vos commerciaux s'appuient sur des plans de compte utiles avec :

- La compréhension des enjeux du compte sur lesquels vous pouvez vous positionner
- La liste précise des opportunités d'upsell et de cross-sell
- Les powermaps des contacts réellement ciblés
- Une ambition de développement validée avec le client
- Un plan d'action concret, animé avec le client !



Oui, ce serait bien !

# Pourquoi il faut continuer à faire des plans de comptes !

- **Pour sécuriser vos contrats**

- Les circuits de décision des grands comptes s'étendent, avec en moyenne jusqu'à 7 décideurs et influenceurs par affaire
- On constate 21% de turn-over annuel en moyenne chez ces décideurs opérationnels
- Conclusion : sans relationnel suivi de toute votre powermap, vous prenez le risque de laisser la porte ouverte à la consultation de vos concurrents...

- **Pour aller chercher tout le potentiel de vos grands comptes**

- Faute de connaître les filiales et les contacts dans chacune d'elles, les accords-cadres sont déployés dans les groupes à hauteur de 30% seulement en moyenne...
- Concentré sur vos interlocuteurs historiques, vous négligez les autres (métiers, influenceurs...) et vous manquez des opportunités d'upsell et cross-sell...

- **Pour piloter le développement du compte et non le subir**

- Aujourd'hui, faute de relations et d'animation suffisantes des comptes, vous n'anticipez pas les besoins, voire carrément les appels d'offres. Et vous arrivez trop tard...
- Au final, vous ne vendez pas, vous entretenez juste les contrats en cours !



# Comment passer d'un exercice subi et chronophage à un outil de pilotage de vos grands comptes vraiment efficace ?

- Associer les commerciaux à la reconstruction de vos méthodes de développement Grands Comptes
- Les outiller pour les aider à construire leurs plans de compte et à piloter leurs plans d'action
- Investir dans des supports marketing déclinés par marché, voire même par compte : business case, testimonials, études sectorielles, invitations personnalisées...
- Mobiliser la direction générale pour aider le commercial à engager des C-Level
- **Adopter la méthode « Account Plan 360 »** : construire, partager et piloter le plan de compte avec l'ensemble des parties prenantes : commerce, marketing, ressources internes concernées (production, ...), direction **ET LE CLIENT !**

Ca change  
tout



# Account Plan 360

## un programme de développement complet, en vrai !

Yessss !



- **Un modèle d'Account Plan complet**, réunissant des informations utiles  *un modèle en slide suivante*
- **Des sources de données fiables et à jour** pour faciliter la collecte des données sur le compte et sa powermap :
  - Filiales
  - Organigrammes
  - Fiches détaillées des décideurs et influenceurs
  - Actualités économiques / Projets
- **Un coaching** pour interpréter les informations collectées, construire une ambition sur le compte et traduire cette ambition en plans d'action :
  - Quels contacts approcher ? Comment et avec quels objectifs ?
  - Quelles ressources nécessaires ? Messages, références, « contenus marketing », appui de ma direction
- **Une mise en surveillance des comptes et de la powermap**, pour être alerté de chaque actu.

# Construire son **Account Plan 360**

B2BAD apprend à vos commerciaux à construire et à animer leurs plans de compte selon le plan suivant :

- La fiche d'identité du compte
- Notre histoire
- Nos relations
- Ma compréhension des enjeux et de l'organisation du compte

**Vous**

- 
- La vision partagée
  - Notre ambition commune
  - Notre plan d'action

**Vous avec vos interlocuteurs  
du compte**

# L'accélérateur du plan d'action ? L'intégration du client dans le processus

- **Présentation du plan de compte aux décideurs du compte, pour :**
  - Valider votre bonne compréhension de leur organisation et de leurs enjeux
  - Partager l'activité déjà réalisée avec eux
  - Exposer votre ambition de développement du compte
  - Définir et valider ensemble les axes de développement
- **Avec l'appui du client, le commercial peut mettre en œuvre un plan d'action beaucoup plus efficace**, et conserve un accès légitime aux décideurs du compte pour suivre l'avancement de ce plan.
- Selon les cas, l'intervention de la direction pour faciliter la réunion de présentation du plan de compte aux C-Levels du compte peut être déterminante.



**Bonjour,  
Je suis DG de la sté X**

Avec mon équipe,  
je voudrais vous présenter  
notre compréhension de  
vos enjeux et vous exposer  
l'ambition de développement  
de notre collaboration.

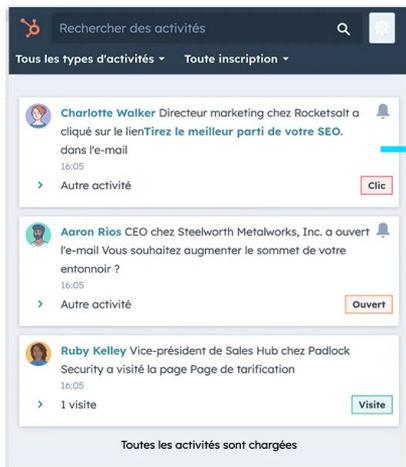
# Passer à l'action sur vos Grands Comptes !

- ✓ Vos commerciaux sont équipés et formés avec les supports, outils et méthodes « Account Plan 360 »
- ✓ Vos commerciaux sont coachés, chacun sur 1 compte de son choix, pendant 3 mois minimum à chaque étape du processus : on fait avec eux pour une adoption optimale et des résultats en vrai !
- ✓ Vous utilisez le CRM Hubspot ? Activez le module intelligent « Grands Comptes »\* pour :
  - Intégrer dans vos process les bonnes pratiques partagées
  - Vous assurer que vos commerciaux ne ratent aucune opportunité d'action
  - Faciliter le pilotage du bon développement des comptes.



***Prenons RV et Accélérons vos Grands Comptes***

# Activez le module intelligent « Grands Comptes » de votre CRM



Rechercher des activités

Tous les types d'activités | Toute inscription

- Charlotte Walker** Directeur marketing chez Rocketsalt a cliqué sur le lien **Tirez le meilleur parti de votre SEO** dans l'e-mail  
16:05  
Autre activité Clic
- Aaron Rios** CEO chez Steelworth Metalworks, Inc. a ouvert l'e-mail **Vous souhaitez augmenter le sommet de votre entonnoir ?**  
16:05  
Autre activité Ouvert
- Ruby Kelley** Vice-président de Sales Hub chez Padlock Security a visité la page **Page de tarification**  
16:05  
1 visite Visite

Toutes les activités sont chargées

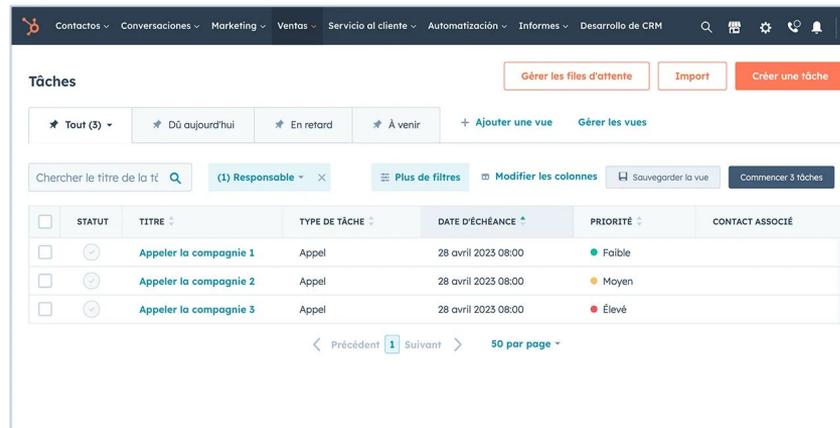
Chaque interaction et chaque nouvelle information déclenche une recommandation d'action pour animer et développer le compte



Deal stage: All stages

DEAL NAME	NEXT STEP
HubSpot	Find reference for decision maker

Les actions à engager sont planifiées pour faciliter leur exécution et leur suivi



Contactos | Conversaciones | Marketing | Ventas | Servicio al cliente | Automatización | Informes | Desarrollo de CRM

Tâches

Gérer les files d'attente | Import | Créer une tâche

Tout (3) | Du aujourd'hui | En retard | À venir | Ajouter une vue | Gérer les vues

Chercher le titre de la tç | (1) Responsable | Plus de filtres | Modifier les colonnes | Sauvegarder la vue | Commencer 3 tâches

STATUT	TITRE	TYPE DE TÂCHE	DATE D'ÉCHÉANCE	PRIORITÉ	CONTACT ASSOCIÉ
<input type="checkbox"/>	Appeler la compagnie 1	Appel	28 avril 2023 08:00	Faible	
<input type="checkbox"/>	Appeler la compagnie 2	Appel	28 avril 2023 08:00	Moyen	
<input type="checkbox"/>	Appeler la compagnie 3	Appel	28 avril 2023 08:00	Élevé	

Précédent | 1 | Suivant | 50 par page

# Activez le module intelligent « Grands Comptes » de votre CRM

## Fini le blocage de la feuille blanche !

Chaque action recommandée par votre module intelligent est associée à des modèles de messages (emails, LinkedIn ou tél)



NOUVEAU	PROPRIÉTAIRE	DATE DE CRÉATION	DATE DE MODIFICATION
<input type="checkbox"/>	Vanessa Suarez Cobos	Il y a 2 ans	Il y a 2 ans
<input type="checkbox"/>	Vanessa Suarez Cobos	Il y a 2 ans	Il y a 2 ans
<input type="checkbox"/>	Vanessa Suarez Cobos	Il y a 2 ans	Il y a 2 ans

Retour au récapitulatif

Tâches d'e-mails (3) 1 terminées sur 4

E-mail

Modèles Documents Réunions Devis

À Dusty Daniel

De Jan Bogaert (jbogaert@hubspot.com) Cc Cci

Sujet Quel plaisir de vous avoir rencontré à INBOUND !

Bonjour Dusty,

Quel plaisir de vous avoir rencontré à INBOUND ! Qu'avez-vous pensé de la conférence ?

J'ai entendu dire que vous envisagiez également de passer votre équipe de vente à HubSpot. Si vous souhaitez en savoir plus sur Sales Hub, appelez-moi !

Merci,

Envoyer et terminer la tâche  Créer une tâche à faire - pour un suivi dans Dans 3 jours ouvrables (mardi) -

Dusty Daniel  
Product Director chez Dickens, Robel and Kutch  
traffic-dusdan@hubteam.com

DERNIER CONTACT  
Vous avez envoyé un e-mail le 7 sept. 2023 15:03 GMT+2

DATE DE LA DERNIÈRE INTERACTION  
--

Leads (2) + Ajouter

Nouveau - pour 7 jours  
Créé le 07/09/2023 12:51 GMT+2

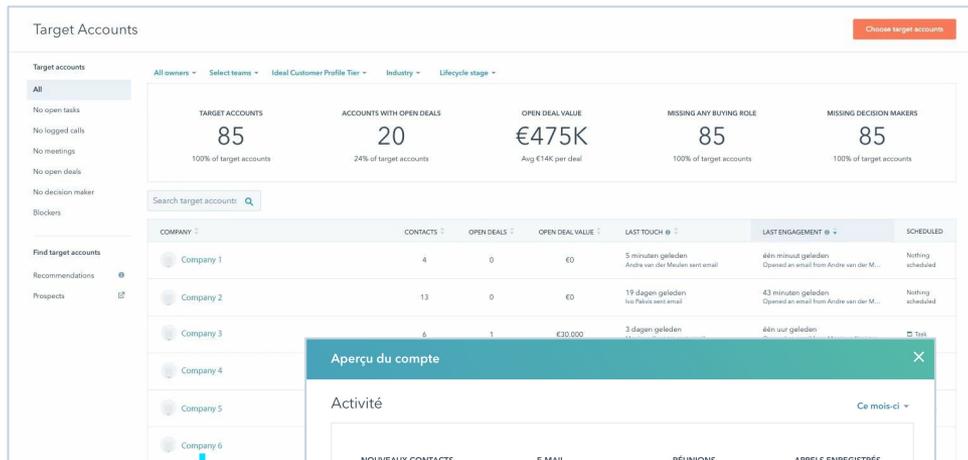
DERNIÈRE ACTIVITÉ  
Tâche  
Il y a 7 heures

ACTIVITÉ SUIVANTE  
Planifiez la prochaine activité -

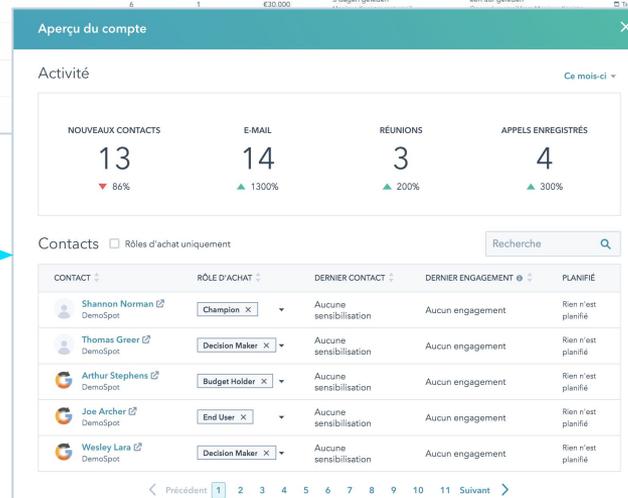
Dusty Daniel  
Qualifié le 7/9/2023 et Dickens, Robel and Kutch - New Deal créé

# Activez le module intelligent « Grands Comptes » de votre CRM

Le développement de votre portefeuille en un coup d'œil



Un focus par compte pour un pilotage accru des actions commerciales





Bases de données, CRM, outils Marketing, création de contenus, génération et transformation de leads, prise de RDV avec des décideurs, processus de vente et méthodes de closing...

Difficile de réunir tous les ingrédients et d'aligner les équipes sur un process centré, pour de vrai, sur le Client !

Adossé à un réseau de prestataires et de consultants experts en données B2B et en performances commerciales et marketing, l'agence B2BAD améliore chaque étape de votre funnel avec des dispositifs complets et clés-en-mains : du ciblage jusqu'au lead, du lead jusqu'au RV et au closing !

**Contact**      Stephane PY  
Président Fondateur

**Email**            stephane@b2bad.fr

**Site web**         B2BAD.fr

**Téléphone**      06 76 34 98 95