



Le rôle de stratégie du KAM

# Construire son Business Plan Client

Pour mettre en place des stratégies pertinentes à court et moyen terme, sur vos cibles grands comptes, bâtissez votre business plan client.

- Au-delà de vos négociations quotidiennes ou annuelles ; vous saurez ce qu'il faut analyser et comment le faire pour décider des actions pertinentes à mettre en place pour réussir à court et moyen terme avec vos clients grands comptes.
- Avec ce module, vous disposez d'une méthodologie simple et pratique SAS pour construire un business plan client en 3 étapes.
- Vous analysez la situation pour déterminer les enjeux de développement chez vos clients ; vous formalisez les ambitions de développement à long terme et les plans d'action annuels.

## Objectif pédagogique

- Identifier les informations décisives, savoir comment les analyser pour déterminer les enjeux de développement client et fournisseur à court et moyen terme ; maîtriser l'analyse SWOT
- Définir une approche stratégique de croissance : formaliser son ambition avec des objectifs quantitatifs et qualitatifs
- Choisir les actions impactantes, les planifier, déterminer les moyens nécessaires
- Affiner sa stratégie de contacts et son approche tactique de négociation

## Profil des stagiaires

- Responsable Grands Comptes
- Ingénieur Grands Comptes
- Key Account Manager
- Directeur Commercial
- Commercial expérimenté

## Pédagogie

- Auto-diagnostic de l'efficacité personnelle en amont
- Alternance d'apports de méthodes et d'échanges de pratiques
- Des travaux de groupe favorisent la synergie maximale entre les participants, à qui il est demandé de venir avec au moins un cas concret qui servira de support au plan d'actions opérationnel qu'ils rédigeront avec le soutien de l'animateur
- Plan de développement personnel en fin de session

## Programme

### Les enjeux de la gestion d'un grand compte

- Identifier les différences entre la gestion d'un compte traditionnel et d'un grand compte
- Les pratiques performantes : du rôle de fournisseur à celui de partenaire
- Les 3 piliers du succès : information ; planification ; organisation
- La méthodologie SAS de construction de business plan client (Situation, Ambitions, Stratégie et plans d'actions)

### L'analyse de la Situation

- L'analyse de la situation du Key Account
- Carte d'identité
- Stratégie
- Performance
- SWOT Key Account
- L'analyse de la situation du fournisseur chez ce Key Account
- Performance fournisseur / client
- La qualité de la relation commerciale
- Les contacts
- Les investissements
- Les concurrents
- SWOT Fournisseur chez le Key Account

### Définir ses Ambitions

- Vision et ambitions à long et moyen terme
- Objectifs quantitatifs et qualitatifs

### Définir sa Stratégie et ses plans d'actions prioritaires

- La déclinaison de la vision en axes stratégiques
- L'identification des chantiers prioritaires
- Les plans d'actions annuels ; les moyens ; la planification
- La stratégie de contacts et la tactique de négociation

- **1290 € HT** (pour la formation et le diagnostic amont)
- **Durée : 2 jours** • **Dates : voir calendrier joint**
- ☎ N° Conseil : **03 90 20 55 52**
- **Réf : ICDN01**



## Nos conseils

- Pour un entraînement intensif sur la négociation poursuivez par « **Réussissez vos négociations à fort enjeu** » (p. 37)

## Votre parcours

- Modules e-learning avant :
- Concept Résultats - Activités - Capacités
  - Maîtriser l'analyse SWOT

- Modules e-learning après :
- Analyser la performance commerciale
  - Construire un plan d'action commerciale
  - Préparer une négociation