



L'optimisation de nos résultats avec nos clients grands comptes stratégiques

Maîtrisez les 3 rôles du Key Account Manager

Plus qu'un super-vendeur, vous souhaitez intégrer la dimension stratégique de la mission de Responsable Grands Comptes.

- En effet, au-delà de la négociation de gros contrats, vous recherchez un cadre structuré pour organiser vos différents rôles.
- Vous sélectionnez les méthodes et les comportements pour gagner en efficacité personnelle.
- Vous saurez également mieux mobiliser les ressources internes de l'entreprise au service de vos objectifs.
- Avec ce module vous découvrirez en détail les facettes de « stratège », de « négociateur » et de « pilote du client et de l'équipe compte » de votre job.

Objectif pédagogique

- Repérer les missions du responsable grands comptes
- Décrire les 3 rôles du responsable Grands Comptes en méthodes de travail et en outils de communication
- Construire une stratégie de conquête, de développement ou de fidélisation sur un compte à fort enjeu
- Identifier les techniques de négociation avec les grands comptes
- Organiser le travail en équipe, avec les services internes et les équipes de vente et pilotez l'atteinte des résultats

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
- Cas concrets fil rouge pour découvrir la méthode et mise en application guidée par le consultant sur les cas réels des participants
- Alternance d'apports de méthodes et d'échanges de pratiques
- Plan de développement personnel en fin de session

Programme

Les spécificités de la vente aux comptes stratégiques

- Les différentes méthodes d'organisation commerciale sur les comptes stratégiques
- Les 3 missions du Responsable Grands Comptes ou KAM

Le rôle de stratège du KAM

- Construire un business plan client en 3 étapes (Situation ; Ambitions ; Stratégie)
- Cibler les clients stratégiques
- Analyser la situation et les enjeux
- Structurer les informations disponibles, cartographier l'organigramme
- Formaliser l'analyse SWOT
- Traduire notre vision-ambition à moyen terme en objectifs quantitatifs et qualitatifs
- Construire sa stratégie externe et interne

Le rôle de négociateur du KAM

- Différencier vente et négociation
- Préparer ses objectifs, sa stratégie de négociation
- Identifier les négociateurs, leurs enjeux et leurs styles de négociateur
- Utiliser l'échange d'informations pour identifier les enjeux respectifs et tester les latitudes
- Confronter les propositions pour hiérarchiser les points de négociation
- Concrétiser un accord profitable par le jeu des concessions et des contreparties

Le rôle de pilote du KAM

- Traduire les objectifs en tâches et actions par client
- Mobiliser les ressources et l'équipe compte interne
- Piloter les résultats du compte en temps réel

- **1290 € HT** (pour la formation et le diagnostic amont)
- **Durée : 2 jours** • **Dates : voir calendrier joint**
- ☎ **N° Conseil : 03 90 20 55 52**
- **Réf : ICDN02**



Nos conseils

- Pour un approfondissement sur la préparation stratégique « **Construire son business plan client** » (p. 34)
- Pour un entraînement intensif sur la négociation « **Réussissez vos négociations à fort enjeu** » (p. 37)