

** Cette fiche à été générée sur formation-cn.fr le 17/01/2022 à 02:01 **

Ref : CN2070

Durée : 3 jours

Tarif : 1 600 €HT

Formation Key Account Manager

Le Key Account Manager (KAM), Responsable Compte Clé, ou Responsable Grands Comptes, n'est pas un simple commercial. Il ne vend pas uniquement, mais gère un compte et doit construire un partenariat avec son client dans la durée. Il faut donc passer d'une relation transactionnelle à une relation de partenariat dans le but de développer des synergies.

Objectifs de la formation Key Account Manager :

Maîtriser les techniques d'approche et de préparation à la négociation avec les grands comptes. Construire une stratégie de conquête, de développement ou de fidélisation sur un compte à fort enjeu. Utiliser un plan d'action pour manager efficacement un compte.

Programme de la formation Key Account Manager :

Les spécificités de la vente aux grands comptes ou comptes stratégiques

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

Le rôle stratégique 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 sa 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 (connaître ses marges en termes de négociation : hypothèse haute, de base, de repli...)
- 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 fédérer l'équipe compte interne
- Piloter les résultats du compte en temps réel

Public

Ingénieur commercial / Ingénieur d'affaires - Technico-commercial - Commercial comptes clés - Responsable du développement commercial - Chargé de clientèle - Account manager

Méthodes pédagogiques

La formation est décomposée en séquences qui respectent une progression pédagogique et agissent sur les trois niveaux d'apprentissage : savoir, savoir-faire et motivation. Notre approche alterne apports théoriques, exercices pratiques et/ou études de cas utilisant des méthodes d'animation actives et permettant une meilleure compréhension des concepts et une appropriation accélérée. Tous les cas pratiques seront adaptés à votre contexte.