



## Développer les clients stratégiques de l'entreprise

### Construire une stratégie de développement et de fidélisation

 **56 heures**  
8 jours **Lieu de formation**  
Dans votre entreprise.  
Au centre de formation. **Pour qui ?**

- KAM récent dans sa fonction, issu d'une fonction commerciale.
- KAM déjà en poste, souhaitant affirmer et enrichir ses compétences.
- Directeur commercial, opérationnel en charge d'une équipe de KAM souhaitant faire évoluer les pratiques.

 **Prérequis**

- Être responsable d'un ou plusieurs clients stratégiques.

 **Objectifs**

- Construire une stratégie de conquête, de développement, de fidélisation sur un compte stratégique.
- Négocier des accords profitables.
- Organiser le travail en équipe pour atteindre des résultats.
- Élargir son réseau d'alliance et d'influence chez le client.
- Agir en leader pour avancer avec son entreprise et son client.

 **Enjeux**

- Évoluer

 **Points forts de la formation**

- Plusieurs formateurs, tous experts de la fonction KAM, interviennent en alternance sur ce cycle et apportent aux participants des visions complémentaires de la fonction dans différents secteurs d'activités.
- Simulation en équipes, cas pratiques et mises en application systématiques, car la compétence de KAM est une discipline qui s'apprend dans l'action, seul ou à plusieurs.

 **Une formation sur mesure**

Toutes nos formations répondent à des besoins génériques et courants, cependant nous pouvons les adapter pour répondre à vos **attentes, vos préférences et vos disponibilités** :

**Le lieu de formation** : Dans vos locaux, salles de réunions indépendantes, ou toutes autres localisations souhaitées.

**Le contenu** : Formation standard ou sur mesure en fonction de vos besoins.

**Tarif** : Le tarif minimum d'une formation est de 980,00 euros HT/jour. Ce tarif ne tient pas compte de la personnalisation de l'enseignement, en fonction de votre niveau et de vos objectifs professionnels. Veuillez nous contacter pour obtenir un devis précis.

**Délais** : Notre délai moyen constaté pour le commencement de la formation est de 1 mois après votre inscription.

**Handicap** : Si vous avez besoin d'aménagements spécifiques (pédagogique ou physique), merci de prendre contact avec nous.

Pour de plus amples informations, n'hésitez pas à nous contacter par courriel ou par le biais de notre site internet.

**Contactez-nous :**



[contact@possibility.fr](mailto:contact@possibility.fr)



[www.possibility.fr](http://www.possibility.fr)

Réf : FVE-07-0

**Découvrez le programme  
de formation générique**



 **Programme****J'apprends et je m'entraîne avec le groupe****PARTIE 1 – CONSTRUIRE SON ACCOUNT BUSINESS PLAN (2 jours)****1<sup>ère</sup> étape : Développer ses qualités de Key Account Manager**

- S'approprier les rôles et enjeux de sa fonction.
- Faire le point sur ses compétences et son organisation : autodiagnostic

**2<sup>ème</sup> étape : Réaliser un diagnostic stratégique pertinent**

- Cibler les clients stratégiques, réaliser des arbitrages rationnels.
- Analyser l'environnement avec les yeux du client.
- Réaliser l'analyse concurrentielle.
- S'approprier les deux matrices du SWOT.

**3<sup>ème</sup> étape : Formaliser son Account Business Plan**

- Créer la proposition de valeur future.
- Définir une ambition partagée avec le client.
- Traduire cette ambition en vision.
- Décliner l'ambition en objectifs et en priorités clés.

**4<sup>ème</sup> étape : Construire son plan d'actions**

- Anticiper les risques vis-à-vis du compte stratégique.
- Construire son rétroplanning.
- Choisir les ICP (indicateurs clés de performance) pertinents pour piloter la performance de façon conjointe.

**PARTIE 2 – NÉGOCIER DES ACCORDS PROFITABLES (2 jours)****1<sup>ère</sup> étape : Identifier les 3 clés de succès d'une négociation**

- Négocier pour construire sur le long terme : la clé du processus.
- Construire des tactiques de négociation profitables : la clé de la méthode.
- S'affirmer et éviter les blocages : la clé de la confiance mutuelle

**2<sup>ème</sup> étape : Vendre le plus souvent possible avant d'entrer en négociation**

- Utiliser l'Account Business Plan comme clef d'entrée en négociation.
- Écouter le client, vendre et négocier d'abord en interne les solutions.
- Vendre la valeur de ses propositions au client, sortir de la logique « prix, volume ».

**3<sup>ème</sup> étape : Choisir son moment pour entrer en négociation**

- Cerner ses marges de manœuvre.
- Utiliser ses zones de pouvoir.

**4<sup>ème</sup> étape : Développer ses ressources personnelles pour mieux négocier**

- Prendre en compte l'impact des émotions dans la négociation, accueillir ses émotions et celle des autres.
- Identifier ses propres besoins en négociation, apprendre à y répondre.
- Contribuer à désamorcer les situations tendues.

**Découvrez la suite du programme  
de formation générique**



 **Programme****PARTIE 3 – METTRE EN ŒUVRE SON ACCOUNT BUSINESS PLAN EN INTERNE ET CHEZ LE CLIENT (2 jours)****1<sup>ère</sup> étape : Manager des relations profitables dans son entreprise et chez son client**

- ▶ Instaurer un mode de relation coopératif : rééquilibrer les pouvoirs.
- ▶ Établir le diagnostic des relations avec l'ensemble des membres du groupe de décision : degré d'influence, degré de proximité
- ▶ Définir les priorités de contact, construire son plan d'action de réseautage.
- ▶ Utiliser son réseau pour progresser dans l'organigramme.
- ▶ Tirer parti des réseaux sociaux.

**2<sup>ème</sup> étape : Manager les projets**

- ▶ Structurer son projet.
- ▶ Organiser et mobiliser les équipes aux moments clés.
- ▶ Piloter la mise en œuvre des actions : méthodes et outils
- ▶ Manager les risques.
- ▶ Piloter la satisfaction client.
- ▶ Savoir tirer parti de la richesse inter-culturelle.

**PARTIE 4 – AGIR EN LEADER (2 jours)****1<sup>ère</sup> étape : Développer son style de leadership**

- ▶ Repérer les compétences et traits personnels du leader.
- ▶ Évaluer et révéler ses aptitudes de leader : autodiagnostic
- ▶ Identifier toutes les occasions pour le KAM d'exercer son leadership.
- ▶ Mieux se connaître pour accroître son leadership : l'analyse transactionnelle.

**2<sup>ème</sup> étape : Exercer son leadership en collectif**

- ▶ Partager et faire adhérer à sa vision.
- ▶ Rassembler une équipe gagnante autour d'un projet client.
- ▶ Donner envie d'agir.
- ▶ Ajuster sa communication verbale et non verbale.

**3<sup>ème</sup> étape : Exercer son leadership en face à face**

- ▶ Se présenter à un nouvel acteur chez le client.
- ▶ Obtenir des ressources.
- ▶ Régler un dysfonctionnement, un différend interne.
- ▶ Lever les résistances au changement.