

KEY ACCOUNT MANAGER

Augmenter le nombre et le CA de vos grands comptes

Apprendre à connaître la nouvelle fonction qui monte au sein des entreprises : le Key Accounts Manager ou le Responsable Grands Comptes. Comment créer du profit pour le client, tout en en préservant une partie de ce profit pour soi-même ?

COMPLEXITE ET IMPORTANCE STRATEGIQUE DE LA FONCTION

- Quel est le périmètre de compétence d'un Responsable Grands Comptes, son rôle, ses fonctions, ses missions ?
- Mettre en phase la stratégie du compte client et celle de l'entreprise
- Bien suivre les clients et faire preuve d'organisation
- Pratiquer le réseautage

QUELLE STRATEGIE POUR QUEL OBJECTIF ?

- Un impératif : s'adapter aux organisations en perpétuelle évolution
- Mettre en place une approche globale pour développer les grands comptes
- Élaborer la cartographie de son grand compte : connaître les prescripteurs, les décideurs et les réseaux d'influence

NEGOCIER POUR CONQUERIR ET FIDELISER LE GRAND COMPTE

- La négociation avec les grands comptes : de la stratégie à l'opérationnel
- Savoir donner pour mieux recevoir
- L'obsession de la cohérence de l'offre avec la stratégie
- Prioriser ses objectifs : de l'objectif prioritaire à la solution de repli
- Mettre en œuvre des outils de négociation performants : questionnement, écoute...

PREPARER SA NEGOCIATION

- Repérer et comprendre les enjeux
- Etudier l'organigramme pour décrypter le cheminement de la décision

COMMENT DEVELOPPER ET PERENNISER SON PORTEFEUILLE ?

- Définition des cibles et mise en place d'une veille éco-technico-commerciale
- Quelles actions pour une prospection efficace ? Le lobbying et autres moyens

MANAGER, ORGANISER, COORDONNER

- Associer le client à la stratégie de compte
- Le suivi du grand compte : reporting et tableaux de bord
- Optimiser sa communication avec le service commercial
- Une équipe dédiée et adaptée à chaque appel d'offre

LA DUREE, CLE DE VOUTE DE LA PERENNITE DE LA RELATION AVEC LE CLIENT

- Le plan de compte et la revue de compte
- Le retour sur investissement et le compte d'exploitation client
- Tenir les engagements et les délais contractuels

LE SUIVI DE L'ACTIVITE

- La valorisation du CA et des marges
- Mettre en œuvre les plans d'action

Public : Key account managers, responsables grands comptes, responsables comptes clés...

Pré-requis : aucun

Durée : 2 jours (14 heures)

Groupe : de 2 à 10 personnes

Objectifs :

- Connaître les spécificités de la négociation propres aux grands comptes
- Bâtir un plan d'action pour une gestion efficace de ses grands comptes
- Savoir comment gérer les interlocuteurs, les prescripteurs et les décideurs des grands comptes
- Savoir utiliser tout le potentiel relationnel des grands comptes pour les maintenir et les développer

Méthode Pédagogique :

✓ **Présentiel + e-Learning**

- Formation basée sur une participation active, avec jeux de rôles, mises en situation issues de cas réels qui en facilitent l'assimilation
- Boîte à outils d'actions à mettre en œuvre
- Elaboration de son propre plan d'action, sous les conseils du consultant-formateur

Moyens pédagogiques :

- ✓ **Serious Game LEADERCRAFT®**
- tableau blanc
- vidéoprojecteur
- connexion Internet

Le+ : continuer la

formation avec **LEADERCRAFT®**

Référence :

A15 COMMERCIAL 5