

Key Account Manager (KAM) : vendre aux grands comptes

Vente, relation client, marketing - 2022

La formation en résumé

Stratégique pour l'entreprise, la fonction de Key Account Manager (KAM) demande une grande expertise

Objectifs :

- Appréhender un environnement complexe
- Définir la stratégie commerciale et organiser l'activité
- Négocier avec les comptes clés
- Entretenir la relation et fidéliser

Participants :

- Responsables commerciaux
- Managers commerciaux
- Responsables grands comptes

Prérequis :

- Maîtriser les techniques de vente et être en contact avec des comptes clés/ stratégiques

Le programme

Connaître l'organisation et ses enjeux

- Comprendre l'environnement et le processus de décision
- Connaître le rôle et les missions de ses interlocuteurs
- Adopter la posture pour appréhender une vision globale

Définir la stratégie de développement

- Collecter les informations stratégiques
- Mettre en œuvre une stratégie d'influence
- Faire le diagnostic interne et externe

Construire une offre de valeur sur-mesure et cibler ses actions

- Comprendre la chaîne de valeur du client
- Détecter les problématiques et leurs conséquences
- Elaborer ses actions de développement

Se préparer à la négociation en vente complexe

- Connaître ses marges de manœuvre, et anticiper les contreparties
- Gérer le rapport de force
- Sélectionner ses arguments et valoriser son offre

Déployer son capital relationnel et son impact sur le compte

- Permettre la réalisation et l'atteinte des objectifs du contrat
- Adapter son comportement et développer son relationnel
- Evoluer d'une relation client/fournisseur vers une relation partenaire

1 200 €

(non assujetti à la TVA sauf formation à Roanne)



2 jours (14 heures)



Mises en situation



Appartient au(x) cycle(s) :

Cycle Manager Commercial
Cycle Mener une négociation commerciale

Dates et villes

Lyon - 04 72 53 88 00

- 01/12, 02/12

Moyens pédagogiques et d'encadrement

Moyens pédagogiques :

Formation interentreprises avec alternance d'apports théoriques et pratiques.

Pédagogie active : Echanges, analyses de pratiques, mises en situation, cas réels d'entreprises

Support de formation remis aux participants.

Groupe de 3 à 12 participants maximum.

Formation animée par un de formateur expert de son domaine sélectionné selon un processus qualité certifié. Les formateurs sont accompagnés par notre pôle pédagogique intégré « [Agir et Apprendre](#) ». Parcours du formateur disponible sur simple demande.

Suivi et évaluation de la formation :

Les acquis sont évalués en cours et en fin de formation notamment au travers de QCM, mises en situations, mise en pratiques, présentations... Qui feront l'objet d'une analyse/correction et d'un retour du formateur.

Une évaluation de satisfaction est complétée par les participants et un tour de table collectif est réalisé avec le formateur en fin de formation.