

# Key Account Manager (KAM) : Vendre aux grands comptes

Performance commerciale - Relation client - 2026

## La formation en résumé

Aujourd'hui, la gestion des grands comptes ou de vos comptes clés est devenue un véritable levier de croissance pour les entreprises, nécessitant une approche stratégique et sur-mesure. Les Key Account Managers (KAM) doivent relever des défis complexes : interlocuteurs multiples, processus de décision longs et enjeux financiers importants. **Il ne suffit plus de vendre, il faut créer des relations durables et de valeur avec les comptes-clés.** Basée sur l'analyse de cas pratiques réels et d'outils concrets, cette formation vous garantit une application directe sur le terrain

? Cette formation vous permettra d'acquérir les compétences essentielles pour structurer une stratégie de gestion des grands comptes, négocier efficacement et renforcer la fidélité de vos clients stratégiques.

### Objectifs :

A l'issue de la formation, le participant sera capable de :

- Construire une offre de valeur sur-mesure et cibler ses actions
- Elaborer une stratégie de négociation en vente complexe
- Déployer son capital relationnel et son impact sur le compte pour développer des relations solides et durables

### Participants :

- Responsables commerciaux, commerciaux confirmés, responsables grands comptes, KAM (Key Account Manager)
- Toute personne devant négocier avec des comptes stratégiques pour son entreprise

### Prérequis :

- Connaître les fondamentaux des techniques de vente et négociation

**1 435 €**

(non assujetti à la TVA)



**2 jours**



(14 heures)



Mises en situation

### Dates et villes

Lyon - 04 72 53 88 00

- 30/03, 31/03
- 08/11, 09/11

## Le contenu

### Analyser l'organisation et les enjeux de ses comptes clés et/ou grands comptes

- 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
- Réalisation d'autodiagnostic

### Mettre en place la stratégie de développement

- Collecter les informations stratégiques
- Exercice pratique sur son cas avec réalisation d'une action compelling event
- Mettre en œuvre une stratégie d'influence / GRID
- 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
- Outil de planification des besoins et des aptitudes

### Se préparer à la négociation en vente complexe

- Identifier ses marges de manœuvre, et anticiper les contreparties
- Gérer le rapport de force
- Sélectionner ses arguments et valoriser son offre
- Mise en situation

## Déployer son capital relationnel et son impact sur le compte

- Bâtir le relationnel avec l'interne et l'externe
- Permettre la réalisation et l'atteinte des objectifs du contrat
- Adapter son comportement et développer son agilité relationnelle
- Evoluer d'une relation client/fournisseur vers une relation partenaire
- Jeux de rôle

## 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 10 participants maximum.

Formation animée par un formateur expert de son domaine sélectionné selon un processus qualité certifié. Les formateurs adhèrent à notre charte pédagogique [« 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.

