

Account-Based Marketing (ABM) pour les entreprises marocaines ciblant les grands comptes

Lien : https://maroc-performance.com/formation/account-based-marketing-abm-pour-les-entreprises-marocaines-ciblant-les-grands-comptes

DURÉE
5 jours (35h)

RÉFÉRENCE
COM230

CATÉGORIE
Account-Based Selling & Gestion Stratégique des Grands Comptes

Maroc Performance

🎯 OBJECTIFS DE LA FORMATION

À l'issue de cette formation, vous serez capable de :

- ✔ Comprendre les principes et les modèles de l’Account-Based Marketing appliqués au B2B.
- ✔ Identifier et sélectionner les grands comptes marocains présentant le meilleur potentiel commercial.
- ✔ Construire une stratégie d’Account Intelligence permettant de comprendre en profondeur les comptes ciblés.
- ✔ Mettre en place une segmentation et un scoring précis des comptes stratégiques.
- ✔ Concevoir des propositions de valeur et des contenus hyper-personnalisés par compte.
- ✔ Déployer des campagnes ABM multicanales coordonnées entre Marketing et Sales.
- ✔ Renforcer l’alignement Marketing-Sales autour des comptes à haute valeur.
- ✔ Exploiter le CRM, les données, l’automatisation et l’IA pour industrialiser l’ABM.
- ✔ Mesurer la performance, le pipeline généré et le ROI des programmes Account-Based Marketing.
- ✔ Construire et déployer une stratégie ABM scalable pour conquérir, développer et fidéliser les grands comptes au Maroc.

👥 POUR QUI ?

- ✔ Directeurs Marketing, Chief Marketing Officers et responsables Marketing B2B.
- ✔ Directeurs commerciaux, Sales Directors et responsables grands comptes.
- ✔ Key Account Managers et responsables Strategic Account Management.
- ✔ Responsables Business Development et développement des marchés B2B.
- ✔ Responsables Growth, Acquisition et Demand Generation.
- ✔ Responsables CRM, Marketing Automation et Customer Intelligence.
- ✔ Responsables Digital Marketing et stratégie omnicanale.
- ✔ Product Marketing Managers et responsables de la proposition de valeur B2B.
- ✔ Consultants en stratégie commerciale, Marketing B2B et transformation digitale.
- ✔ Dirigeants d’entreprises marocaines souhaitant accélérer l’acquisition et le développement de grands comptes.

Maroc Performance



Programme détaillé

1 / Fondamentaux de l’Account-Based Marketing (ABM)

- Comprendre les principes, modèles et niveaux d’Account-Based Marketing appliqués au B2B.
- Identifier les différences entre ABM, Inbound Marketing, Lead Generation et Account-Based Sales.
- Déterminer les conditions de réussite d’une stratégie ABM dans le contexte des entreprises marocaines.

2 / Identification et sélection des grands comptes stratégiques

- Définir les critères permettant d’identifier les comptes à forte valeur potentielle.
- Construire une liste de comptes cibles selon le chiffre d’affaires potentiel, le secteur, la complexité et le potentiel de croissance.
- Prioriser les grands comptes marocains et internationaux selon leur valeur stratégique et leur probabilité de conversion.

3 / Account Intelligence et connaissance approfondie des comptes

- Cartographier l’organisation, les activités, les enjeux et les priorités stratégiques des comptes ciblés.
- Identifier les décideurs, influenceurs, prescripteurs, utilisateurs et autres parties prenantes.
- Exploiter les données commerciales, digitales, sectorielles et publiques pour construire une vision 360° du compte.

4 / Segmentation, scoring et qualification des comptes

- Construire une segmentation des comptes selon leur potentiel commercial et leur niveau d’engagement.
- Mettre en place un Account Scoring intégrant fit, intent, potentiel économique et signaux comportementaux.

Maroc Performance

- Définir des critères de qualification permettant de concentrer les ressources commerciales sur les comptes prioritaires.

5 / Personnalisation de la proposition de valeur par compte

- Construire une proposition de valeur adaptée aux problématiques spécifiques de chaque grand compte.
- Développer des messages personnalisés selon le secteur, les enjeux métiers et les interlocuteurs ciblés.
- Adapter les contenus, offres et arguments commerciaux aux différents niveaux de décision de l'organisation.

6 / Orchestration des campagnes ABM multicanales

- Concevoir des campagnes combinant e-mail, LinkedIn, publicité digitale, événements, contenus et prospection commerciale.
- Définir des séquences de communication coordonnées entre Marketing et Sales.
- Personnaliser les interactions selon le niveau de maturité, d'engagement et d'intention du compte.

7 / Alignement Marketing-Sales et Account-Based Selling

- Mettre en place une collaboration structurée entre équipes Marketing, Sales, Customer Success et Direction.
- Définir les responsabilités, workflows, SLA et processus de traitement des comptes stratégiques.
- Synchroniser les actions marketing et commerciales autour des mêmes comptes, décideurs et opportunités.

8 / Technologies, CRM et Data pour l'ABM

- Exploiter le CRM, les plateformes d'automatisation marketing, les outils d'intelligence commerciale et les données firmographiques.
- Construire une vue Account 360° permettant de suivre contacts, interactions, opportunités et signaux d'intention.
- Utiliser l'IA pour enrichir les comptes, identifier les signaux faibles et automatiser certaines actions ABM.

9 / Mesure de la performance et ROI de l'ABM

Maroc Performance

- Définir les KPI permettant de mesurer l’engagement, la pénétration des comptes, les opportunités et les revenus générés.
- Mesurer le pipeline influencé par le Marketing et la contribution réelle des campagnes ABM.
- Calculer le ROI des actions ABM et optimiser l’allocation des ressources commerciales et marketing.

10 / Déploiement d’une stratégie ABM pour les grands comptes au Maroc

- Construire une feuille de route ABM adaptée aux spécificités du marché marocain et aux cycles de vente B2B complexes.
- Déployer un programme pilote sur un portefeuille de comptes stratégiques et industrialiser les campagnes performantes.
- Mettre en place un modèle ABM scalable permettant d’accélérer l’acquisition, l’upselling et la fidélisation des grands comptes.

Approche pédagogique

- ✔ Support Ecrit et Projection
- ✔ Exposés Interactifs, Podcasts et Vidéos
- ✔ Brainstorming et Jeux de Rôle
- ✔ Mises en Situation pour faciliter l'assimilation
- ✔ Cas Pratiques et Labs inclus pour leur impact opérationnel
- ✔ Test de Validation des Acquis des Connaissances

Prochaines dates programmées

30 Nov. au 04 Déc. 2026	Présentiel -
12 au 18 Jan. 2027	Présentiel - Casablanca
08 au 12 Mars 2027	Présentiel - Casablanca
03 au 07 Mai 2027	Présentiel - Casablanca
28 Juin au 02 Juil. 2027	Présentiel - Casablanca

Autres dates possibles sur demande. Contactez-nous pour organiser une session intra-entreprise.

Maroc Performance

🎧 Réservation & Renseignements

📞 **Téléphone :** +212 522 247 210
✉ **Email :** contact@maroc-performance.com
🌐 **Web :** https//www.maroc-performance.com

Document généré le 18/11/2026 — Réf : COM230
Maroc Performance — Tous droits réservés

Maroc Performance