

# Cycle Key Account Manager

*Lien : https://maroc-performance.com/formation/cycle-key-account-manager*

DURÉE
**8 jours (56h)**

RÉFÉRENCE
**MC180**

CATÉGORIE
**Cycles Métiers Commerciaux**

Maroc Performance

## OBJECTIFS DE LA FORMATION

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

- Appréhender la mission de Key Account Manager dans sa globalité
- Maîtriser les techniques d’approche, de vente, de négociation et de fidélisation des grands comptes
- Élaborer une stratégie de vente gagnante

## POUR QUI ?

- Key account managers en prise de poste
- Responsables grands comptes
- Responsables comptes clés



## Programme détaillé

### 1 / S'approprier les rôles et enjeux de sa fonction

- La fonction de KAM
- Son rôle vis-à-vis du client et de son entreprise
- La dimension stratégique
- La dimension managériale

### 2 / Développer ses ressources personnelles

- Libérer son audace et sa prise d'initiative
- Augmenter sa confiance en soi
- Développer son optimisme
- Se fixer un cap et s'y tenir
- Rechercher des solutions créatives
- Exercices pratiques

### 3 / Développer ses ressources relationnelles

- Jouer collectif
- Pratiquer le feedback pour améliorer la coopération
- Demander et obtenir un feedback utile
- Communiquer pour donner envie : être passionné
- Utiliser l'imaginaire et la force des émotions

### 4 / Organiser son activité

Maroc Performance

- Identifier les comptes à travailler en priorité
- Établir ses critères de potentialité
- Définir ses facteurs de probabilité
- Connaître les éléments déclencheurs
- Analyser son portefeuille avec la matrice croisée ABC

### 5 / Mettre en place une stratégie de pénétration des comptes

- Utiliser la matrice SWOT afin de se situer
- Identifier les points d'entrée et le plan d'action qui en découle
- "Flow Business" versus "Projets"
- Définir les missions des différents intervenants (commerciaux, experts, avant-ventes...)
- Donner des objectifs SMART
- Savoir identifier les éléments créateurs de valeur
- Faire converger les projets pour élargir les deals

### 6 / Bâtir son plan de compte

- Établir une carte d'identité détaillée de chaque compte avec la matrice de PORTER
- CA, pénétration, marge, relation : analyser l'historique du compte
- Calculer le potentiel et l'attrait du compte pour sélectionner ses clients grands comptes
- Identifier les atouts de son entreprise selon sa culture, ses valeurs et ses compétences
- Analyser le GRID pour comprendre le processus de décision chez le client et adapter sa stratégie commerciale
- Faire le diagnostic SWOT du compte pour maximiser ses opportunités business
- Sécurisation, consolidation, croissance : bâtir son plan grand compte pour formaliser ses orientations
- Plan d'action et revue de compte : convaincre sa direction et faire adhérer

### 7 / Soutenir sa proposition commerciale à distance

- Adapter son support à l'animation à distance : conseils et standards
- Respecter les nouvelles règles de la communication à distance : Verbal - Para Verbal - Non Verbal

Maroc Performance

- Conduire un entretien en mode virtuel : structure et méthode

### 8 / Développer une vente conseil

- Bâtir une stratégie de vente adaptée au contexte client
- Préoccupation, reformulation, validation : structurer son argumentation autour des bénéfices client
- Co-construire la solution avec son client pour faire émerger la valeur ajoutée de son offre
- Négocier des accords mutuellement bénéfiques et durables : tactiques et règles d'or

### 9 / Améliorer ses performances commerciales

- Mobiliser les ressources internes pour tenir des engagements
- Créer un esprit d'équipe par son management transversal et sa gestion en mode projet
- Adopter une vision globale et objective pour évaluer ses résultats
- Quantité d'efforts, orientation, qualité : analyser son activité présente pour anticiper l'avenir
- Actualiser son plan d'action pour garantir la performance

### 10 / Fidélisation : faire perdurer ses relations avec le grand compte

- Piloter la satisfaction client pour prévenir les demandes client
- Travailler ses relations et son réseau au sein de ses comptes client : leviers et bonnes pratiques
- Livrer des informations et susciter l'étonnement pour entretenir l'intérêt et la proximité
- Rester à l'écoute et proactif pour installer un climat de confiance réciproque et durable

### 11 / Manager et motiver

- Développer son influence sur le compte et dans son entreprise
- Accroître son leadership
- Connaître les sources d'influence à utiliser
- Créer un esprit d'équipe autour du projet pour renforcer l'adhésion
- Adopter un mode de management personnalisé
- Éviter les conflits d'intérêt des commerciaux

Maroc Performance

- Identifier les sources de motivation de ses collaborateurs

## 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

| | |
|---|---|
| 18 au 27 Jan. 2027 | Présentiel - Casablanca |
| 15 au 24 Mars 2027 | Présentiel - Casablanca |
| 10 au 19 Mai 2027 | Présentiel - Casablanca |
| 05 au 14 Juil. 2027 | Présentiel - Casablanca |
| 30 Août au 08 Sep. 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


Maroc Performance — Tous droits réservés