

PILOTER LE DÉVELOPPEMENT DES COMPTES STRATÉGIQUES (KEY ACCOUNT MANAGEMENT)

Concevoir une stratégie de développement pour chaque compte clé, identifier les opportunités de croissance, de renouvellement et de co-innovation, structurer le plan de compte et coordonner les parties prenantes internes, piloter la relation client à long terme et ancrer une démarche KAM durable et mesurable au sein de l'organisation.

PROGRAMME

1. COMPRENDRE LES FONDAMENTAUX DU KEY ACCOUNT MANAGEMENT

Différencier le KAM de la vente classique

Analyse comparative "transaction vs. relation", modèle SCALEPATH KAM Framework, matrice de maturité KAM.

Identifier les caractéristiques d'un compte stratégique

Account Segmentation Matrix (potentiel, complexité, relation), Strategic Account Grid

Définir les rôles et responsabilités dans l'équipe KAM.

Le modèle RACI, gouvernance multi-niveaux, comité de compte, implication du sponsor exécutif.

2. ÉLABORER LA STRATÉGIE DE COMPTE

Analyser l'écosystème du client et ses enjeux stratégiques
PESTEL, Business Model Canvas du client, veille concurrentielle ciblée, Client Insight Sheet.

Identifier les leviers de création de valeur mutuelle

Approche Value Co-Creation, analyse des priorités du client, modèle "Win-Win Value Map".

Définir les axes de développement à moyen terme

Stratégie de croissance (cross-sell, up-sell, innovation conjointe), Account Opportunity Radar.

3. CONSTRUIRE ET DÉPLOYER LE PLAN DE COMPTE

Structurer le plan de compte stratégique

Le modèle Account Plan 360°, intégrant objectifs, plan d'action et gouvernance, canevas numérique de plan de compte.

Cartographier les parties prenantes et le pouvoir d'influence

DMU (Decision Making Unit), Power Map, analyse relationnelle,

stratégie d'influence progressive et réseau interne/externe.

Aligner les ressources internes sur les priorités du compte

Account Team Alignment, rôles par domaine (technique, service, direction), Resource Matrix.

4. PILOTER LA RELATION ET LA PERFORMANCE DU COMPTE

Mettre en place un pilotage régulier du compte

Quarterly Business Review (QBR), réunions bilatérales, Account Dashboard.

Mesurer la performance relationnelle et business

Indicateurs de satisfaction, Net Promoter Score (NPS), croissance du revenu par compte, Account Health Score.

Gérer les risques et anticiper les ruptures

Matrice des risques stratégiques, signaux faibles relationnels, plan de continuité de la relation client.

5. FAIRE ÉVOLUER LA RELATION VERS LE PARTENARIAT STRATÉGIQUE

Passer de fournisseur à partenaire de confiance

Mdèle Trusted Advisor, co-création de projets innovants, posture de conseil stratégique et innovation partagée.

Développer la collaboration à long terme avec le client

"Customer Success Mindset", programmes d'engagement mutuel, Partnership Tracker.

Intégrer le KAM dans la stratégie globale de l'entreprise

Alignement avec la direction générale, reporting stratégique KAM, KAM Governance Dashboard.

RÉF : MA-KA

DURÉE

3 Jours

CIBLE

Key Account Managers, Directeurs Commerciaux, Managers de BU, Responsables Grands Comptes, Directeurs du Développement.

PRÉREQUIS

Avoir une expérience confirmée dans la gestion de comptes clés ou avoir suivi la formation "Aligner Marketing, Avant-Vente et Vente dans les cycles complexes".

OBJECTIFS DE LA FORMATION

- Concevoir une stratégie de développement pour chaque compte clé.
- Identifier les opportunités de croissance, de renouvellement et de co-innovation.
- Structurer le plan de compte et coordonner les parties prenantes internes.
- Piloter la relation client à long terme dans une logique de partenariat.
- Ancrer une démarche KAM durable et mesurable au sein de l'organisation.

PÉDAGOGIE

- Approche expérientielle : alternance de théorie, cas réels et ateliers de construction de plans de comptes.
- Méthodes actives : travail en groupe sur des comptes réels, simulations de comités stratégiques clients.
- Coaching opérationnel : diagnostic individuel des pratiques KAM actuelles.
- Cas réels : analyse de success stories KAM internationales.

FORMAT : PRÉSENTIEL