Piloter la performance commerciale

Key Account Manager: développer ses comptes clés

3 jours (21h00) | ★★★★½ 4,6/5 | CIAL-C19KAM | Évaluation qualitative de fin de stage | Formation délivrée en présentiel ou distanciel

Tarif : 2 050 € ht

Document mis à jour le 13/11/2026

Objectifs de formation

- Analyser le potentiel et les enjeux de ses comptes clés
- Construire un plan de compte orienté développement
- Piloter les actions et la relation client dans la durée

Modalités, méthodes et moyens pédagogiques

Équipe pédagogique :

Un consultant expert de la thématique et une équipe pédagogique en support du stagiaire pour toute question en lien avec son parcours de formation.

Techniques pédagogiques :

Alternance de théorie, de démonstrations par l'exemple et de mise en pratique grâce à de nombreux exercices individuels ou collectifs. Exercices, études de cas et cas pratiques rythment cette formation.

Pour les sessions en distanciel, notre Direction Innovation a modélisé une **matrice pédagogique** adaptée pour permettre **un apprentissage et un ancrage mémoriel optimisés**.

Cette matrice prévoit une alternance de **temps de connexion en groupe** et de **séquences de déconnexion** pour des travaux de mise en pratique individuels.

Ressources pédagogiques :

Un support de formation présentant l'essentiel des points vus durant la formation et proposant des éléments d'approfondissement est téléchargeable sur votre espace apprenant.

Retrouvez également des ressources complémentaires ainsi que les quiz amont/aval sur notre plateforme dédiée.

Prérequis

Avoir une première expérience commerciale.

Public concerné

Key account managers, responsables grands comptes, responsables comptes clés...

Cette formation :

- Est animée par un consultant-formateur dont les compétences techniques, professionnelles et pédagogiques ont été validées par des diplômes et/ou testées et approuvées par l'éditeur et/ou par M2I Formation
- Bénéficie d'un suivi de son exécution par une feuille de présence émargée par demi-journée par les stagiaires et le formateur.

Programme

Modules distanciels :

- E-quiz en amont/aval de la formation.

Stratégie : analyser et prioriser ses comptes clés

- Établir la carte d'identité du compte : chiffre d'affaires, marge, pénétration et qualité de la relation.
- Analyser l'environnement sectoriel du client à l'aide de la matrice de Porter.
- Calculer le potentiel et l'attrait du compte pour prioriser ses clients grands comptes.
- Cartographier le processus de décision et les acteurs clés du compte.
- Réaliser le diagnostic SWOT du compte pour identifier les opportunités et les risques.
- Définir les orientations du plan grand compte : sécurisation, consolidation ou croissance.

Entretien de vente : défendre une proposition créatrice de valeur

- Structurer un entretien avec les différents acteurs du compte.
- Adapter son support à une présentation en présentiel ou à distance.
- Ajuster sa communication verbale, paraverbale et non verbale.
- Valoriser sa proposition commerciale en démontrant les bénéfices pour le client.
- Répondre aux questions et aux objections des interlocuteurs.
- **Mise en situation :** présenter en cinq minutes une proposition commerciale à un comité client.

Négociation : construire un accord rentable et durable

- Préparer ses objectifs, ses limites et ses marges de manœuvre.
- Structurer son argumentation autour des bénéfices client.
- Co-construire la solution avec son client pour faire émerger la valeur ajoutée de son offre.
- Définir les concessions et les contreparties.
- Défendre la rentabilité tout en préservant la relation.
- **Mise en situation :** préparer une matrice concessions–contreparties.

Pilotage : coordonner les acteurs et suivre la performance

- Mobiliser les ressources internes nécessaires au développement du compte.
- Animer l'équipe compte en management transversal et en mode projet.
- Suivre son activité à l'aide d'indicateurs commerciaux, relationnels et financiers.

– Actualiser son plan d'action pour garantir la performance.

Fidélisation : développer la valeur du compte dans la durée

– Piloter la satisfaction client et détecter les risques de décrochage.
– Développer ses relations et son réseau au sein de ses comptes clients.
– Identifier les opportunités de renouvellement et de développement.
– Apporter régulièrement des informations utiles pour entretenir l'intérêt et la proximité.
– Construire une relation de confiance durable.
– **Atelier pratique :** cartographier son réseau relationnel.

Le contenu de ce programme peut faire l'objet d'adaptation selon les niveaux, prérequis et besoins des apprenants.

Modalités d'évaluation des acquis

Évaluation des acquis :
Quiz avant la formation et après la formation pour mesurer les acquis, la progression.

Évaluation à chaud :
À la fin de la formation, un bilan qualité dématérialisé pour mesurer l'atteinte des objectifs de la formation.

Évaluation à froid :
À J+3 mois, une e-évaluation du transfert des acquis en situation professionnelle.

Accessibilité de la formation

pagebreakavoidchecked="true";

Le groupe M2I s'engage pour faciliter l'accessibilité de ses formations. Toutes nos formations sont accessibles aux personnes en situation de handicap : les détails de l'accueil des personnes sont consultables sur la page Accueil Handicap

Modalités et délais d'accès à la formation

pagebreakavoidchecked="true";

Les formations M2I sont disponibles selon les modalités proposées sur la page programme.
Les inscriptions sont possibles jusqu'à 48 heures ouvrées avant le début de la formation.
Dans le cas d'une formation financée par le CPF, ce délai est porté à 12 jours ouvrés.