Marketing | Relation Client | Négociation | Vente

KEY ACCOUNT MANAGER (KAM) : VENDRE AUX GRANDS COMPTES

En résumé

Stratégique pour l'entreprise, la fonction de Key Account Manager (KAM) demande une grande expertise.

Cette formation Key Account Manager vise à maîtriser la gestion des comptes clés, elle vous permettra d'acquérir les compétences KAM nécessaires pour gérer le développement commercial grands comptes. Cette formation KAM axée sur la stratégie commerciale grands comptes donne les clés pour définir des plans d'action efficaces et perfectionner votre expertise en négociation de ventes complexes. Ce cursus forme des responsables compte clé capable de vendre aux grands comptes.

Ces formations pourraient également vous intéresser :

- Formation certifiante Mener une négociation commerciale **éligible au CPF**
- Formation décliner sa stratégie par un d'action commercial.
- Formation organiser son activité commerciale.

Durée
2 jour(s) / 14 heure(s)

Effectif
De 2 à 8 stagiaires

Tarif
1295 € NET

Code RNCP / RS
NA

Référence
NA

À qui s'adresse la formation ?

Public

Responsables, commerciaux, ingénieurs d'affaires, KAM Dirigeants d'entreprise et créateurs d'entreprise

Prérequis

Maîtriser les techniques de vente et être en contact avec des comptes clés/ stratégiques

Objectifs

– Appréhender un environnement complexe
– Définir la stratégie commerciale et organiser l'activité
– Négocier avec les comptes clés
– Entretenir la relation et fidéliser

Programme

Connaître l'organisation et ses enjeux
– Comprendre l'environnement et le processus de décision

– Mettre en oeuvre une stratégie d'influence
– Faire le diagnostic interne et externe

Construire une offre de valeur sur-mesure et cibler ses actions

– Comprendre la chaine de valeur du client
– Détecter les problématiques et leurs conséquences
– Elaborer ses actions de développement

Se préparer à la négociation en vente complexe

– Connaitre ses marges de manœuvre, et anticiper les contreparties
– Gérer le rapport de force
– Sélectionner ses arguments et valoriser son offre

Déployer son capital relationnel et son impact sur le compte

– Permettre la réalisation et l'atteinte des objectifs du contrat
– Adapter son comportement et développer son relationnel
– Evoluer d'une relation client/fournisseur vers une relation partenaire

Méthodes pédagogiques

Nombreux exercices pratiques et cas de synthèse pour acquérir les bons réflexes.
– Alternance d'apports théoriques et d'applications pratiques.
– Pédagogie active : échanges, analyses de pratiques, mises en situation, cas réels d'entreprises
– Support de formation remis aux participants.

Suivi d'action

Les acquis sont évalués en cours et en fin de formation notamment au travers de QCM, mises en situations, mises 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.

Intervenants

Cette formation est animée par un consultant professionnel formateur spécialisé dans les domaines de formation.
Tous nos formateurs répondent aux normes exigées par notre système qualité.

Évaluation

Une évaluation des acquis sera réalisée en fin de formation par le formateur.
Elle permettra d'attester de l'acquisition des connaissances et développement des compétences par le stagiaire à l'issue de la formation.