

KEY ACCOUNT MANAGEMENT (PARCOURS PRO CERTIFIANT*)



VN92

8 jours (56h) 3 550,00 €^{HT}

Objectifs

Prendre la mesure du métier de KAM • Travailler les 3 compétences indispensables des KAM d'aujourd'hui : le métier, la négociation de haut niveau et la dimension comportementale

Profil Stagiaire(s)

Key Account Manager, responsables comptes clés, responsables grands comptes

Pré-requis

vendre et négocier avec les grands comptes, être Key Account manager ou en passe de le devenir

Profil Animateur(s)

cette formation Commerciale est assurée par un expert de la vente aux grands comptes



PROGRAMME

MODULE 1

Profession : Key Account Manager

Prendre toute la mesure d'une fonction complexe et stratégique

Rôle et missions du KAM

Les qualités du KAM : commerciales, humaines et comportementales

Conjuguer la stratégie de l'entreprise et celle du compte client

Prioriser son suivi client et s'organiser

Développer son networking

Développer son portefeuille clients

Définir les cibles pertinentes

Mettre en place la veille, l'Intelligence Economique

Identifier les acteurs clés pour faire émerger les projets

Mettre en œuvre les actions de prospection efficaces

Fidéliser dans la durée

Bâtir le plan de compte, définir des actions créatrices de valeur à court et long termes

Construire sa Trade Business Review

Optimiser le compte d'exploitation du client et démontrer le retour sur investissement

Etre le garant de la promesse contractuelle dans le respect des délais

Manager, organiser, coordonner

Définir la stratégie du compte avec son client et en assurer la mise en œuvre

Mettre en place le reporting et les tableaux de bord spécifiques du KAM

Communiquer efficacement avec les équipes commerciales pour un déploiement optimal des contrats

Manager, animer et mobiliser des équipes en transverse

Constituer une équipe projet pour répondre à un appel d'offre

MODULE 2

Formation : Négocier Efficacement avec les Grands Comptes

Contactez-nous

Conseiller formation
09 88 66 10 00
inscriptions@demoss.fr

Nos promotions

2021 - Promotion 1 à Paris :

5 - 7 mai 2021

9 - 11 juin 2021

28 - 29 juin 2021

2021 - Promotion 2 à Paris :

6 - 8 sept. 2021

4 - 6 oct. 2021

28 - 29 oct. 2021

Percevoir les spécificités d'un Grand Compte

- Une taille critique conséquente
- Un organigramme à décrypter
- Une diversification des activités
- Un processus de prise de décision complexe
- Une fonction Achat omniprésente

Développer son capital relationnel au sein du GC

- Elaborer une cartographie du GC
- Analyser le Groupe Réel d'Influence et de Décision (G.R.I.D.)
- Déterminer les jeux d'influence à l'intérieur du groupe
- Piloter son capital relationnel
- Elargir son spectre d'influence

Elaborer sa stratégie de développement

- Structurer et piloter sa veille stratégique
- Comprendre les enjeux externes et internes du Grand Compte
- Définir ses objectifs de développement
- Faire émerger des projets sur le moyen et le long terme
- Définir les termes du partenariat avec le client

Concevoir et délivrer une offre de valeur

- Visualiser la chaîne de valeur client
- Situer le positionnement de son offre
- Evaluer l'impact de son offre pour le Grand Compte à différents niveaux
- Mesurer le retour sur investissement en faveur du client

Préparer efficacement ses négociations

- Réaliser un diagnostic de la situation et mettre en place une approche stratégique
- Connaître ses marges de manœuvre
- Hiérarchiser ses objectifs et ses solutions de repli
- Sélectionner ses arguments et concevoir son argumentation
- Maîtriser les éléments financiers de la proposition
- Structurer sa présentation et la trame de son entretien de négociation
- Vérifier et préparer ses outils d'aide à la vente

Déjouer les pièges des acheteurs

- Décoder les types de négociateurs et de négociations
- Identifier et reconnaître les techniques utilisées pour mieux déjouer les pièges : menace, déstabilisation, diktat, conflit, dévalorisation
- Etalonner les 6 contraintes : prix, choix, information, temps, influence et sanction

Négocier en face à face

- Se préparer mentalement à la réussite
- Valoriser son offre
- Défendre son prix
- Négocier des contreparties en cas de concessions
- Tenir sur le non négociable
- Exploiter en cas de besoin la stratégie de la rupture
- S'affirmer dans les négociations difficiles

Définir un plan de développement Grands Comptes

- Suivre les actions réalisées
- Evaluer et analyser les écarts
- Décider des actions correctrices
- Aborder la prospective client
- Renforcer le partenariat avec le client

VN92

8 jours (56h) 3 550,00 €^{HT}

MODULE 3

Formation : Développer son Leadership Relationnel

Le leadership relationnel et le management

Les apports et les grands principes
Style de leadership et performance des équipes
Les conditions d'exercice du leadership

Les 4 grands styles de leadership

Identifier et reconnaître les 4 styles de leadership : directif, persuasif, participatif et déléguatif
Les paramètres décrivant le comportement du leader dans chaque style
Identifier son propre style de leadership

Adapter le style de leadership en fonction du collaborateur

Les 4 comportements du leader liés à l'autonomie du collaborateur
Adopter les styles de leadership adaptés
Accompagner l'évolution et le cycle de progression du collaborateur
La gestion des résistances et de la démotivation
Les pièges à éviter

Mettre en œuvre son leadership dans les entretiens

Développer sa capacité d'écoute
Savoir encourager
Savoir dire ce qui ne va pas
Savoir féliciter
Savoir recadrer
Savoir exprimer son point de vue et le faire partager
Savoir fixer des objectifs motivants

Compléter la formation avec les modules e-learning offerts :

- s'entraîner au management situationnel face à un collaborateur
- s'entraîner au management situationnel face à une équipe

Méthode pédagogique

Le meilleur de la négociation KAM dans un parcours unique sur le marché qui allie techniques de négociation et comportemental

Une organisation modulaire encadrée qui offre un maximum de souplesse tout en garantissant un suivi personnalisé à chaque participant

Une approche pédagogique très opérationnelle mixant apports théoriques, mises en pratique et échanges d'expériences pour des résultats concrets visibles et directement exploitables en situation professionnelle

Un dispositif optionnel de certification professionnelle FFP permettant d'obtenir une reconnaissance des compétences acquises à l'issue de ce parcours

De nombreux exercices pratiques, des mises en situation et des jeux de rôles programmés tout au long du cursus.

Taux de réussite : 100 % (base de calcul : stagiaires ayant réalisé l'intégralité du parcours)

Contactez-nous !

Pour les formations "A distance", elles sont réalisées avec un outil de visioconférence de type Teams ou Zoom selon les cas, permettant au formateur d'adapter sa pédagogie.

Retrouvez sur notre site internet toutes les précisions sur les sessions à distance ou les classes virtuelles.

Moyens pédagogiques et techniques de mise en œuvre

Nos formateurs DEMOS sont recrutés conformément aux spécifications mentionnées pour chaque formation. Ce sont des professionnels en activité et/ou des experts dans leur domaine.

Ils utilisent des méthodes et outils appropriés aux formations qu'ils dispensent et adaptent leur pédagogie au public accueilli.

Par ailleurs, nos centres de formation DEMOS sont tous équipés :

- Salles de formation lumineuses, spacieuses, design, ergonomiques, mobiles et équipées d'écrans plasma, de PC portables/fixes si nécessaire à la formation suivie.
- Accès au wifi haut débit sur l'ensemble des lieux
- Espace de co-learning et webcorners
- Cafés, collations et rafraîchissement sont offerts

Et tous sont accessibles aux personnes à mobilité réduite

Le dispositif de suivi et d'évaluation

Pour assurer un suivi individuel, Demos a mis en place 2 types d'évaluation :

- Des évaluations des acquis en cours et en fin de formation

Elles peuvent être faites de différente manière selon le contenu de la formation suivie :

Quiz, exercice pratique, étude de cas, jeu de rôles, mise en situation, soutenance devant un jury pour les formations à finalité certifiante.

- Une évaluation de la satisfaction de chaque stagiaire est réalisée en ligne. Cette évaluation est complétée par l'appréciation du formateur à l'issue de chaque session.

En complément

Certification professionnelle FFP



*La Certification Professionnelle de la Fédération de la Formation Professionnelle vous est proposée en option. Vous serez accompagné individuellement par un tuteur à tous les stades de votre parcours : de vos travaux de suivi à la rédaction et à la soutenance de votre mémoire. Reconnue dans le monde de l'entreprise, la Certification Professionnelle de la FFP permet de valider les compétences et connaissances acquises durant le parcours de formation. Elle atteste de la maîtrise d'une fonction, d'une activité ou d'un métier et accroît votre crédibilité professionnelle.

1 290,00 €

Après cette formation vous pourrez suivre :

- Maîtriser la Vente Stratégique de Valeur
- Maîtriser les Fondamentaux de la Vente Stratégique de Valeur

KEY ACCOUNT MANAGEMENT (PARCOURS PRO CERTIFIANT*)



VN92

8 jours (56h) 3 550,00 €^{HT}