



Cycle Key Account Manager

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

 DURÉE
8 jours (56h)

 RÉFÉRENCE
MC180

 CATÉGORIE
**Cycles Métiers
Commerciaux**

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

- 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

- 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

- 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

📅 09 au 18 Nov. 2026

📍 Distanciel

📅 Autres dates possibles sur demande. Contactez-nous pour organiser une session intra-entreprise.

🔄 Réservation & Renseignements

📞 **Téléphone** : +212 522 247 210

✉ **Email** : contact@maroc-performance.com

🌐 **Web** : <https://www.maroc-performance.com>

Document généré le 25/10/2026 — Réf : MC180

Maroc Performance — Tous droits réservés