

KAM, 8 ETAPES CLES POUR VOTRE SUCCES :

Pour tirer le meilleur parti de la gestion des comptes clés, vous devez disposer d'un processus et d'une structure clairement définis.

Voici un guide étape par étape pour vous aider à démarrer.

1 DEFINIR VOS OBJECTIFS ET VOTRE STRATEGIE

Avant même de commencer, il est essentiel que vous développiez une stratégie précise et durable. Celle-ci vous guidera tout au long de votre projet de gestion de comptes. Avoir dès lors une idée claire de vos objectifs est un point de référence essentiel.

2 ANALYSER LE MARCHÉ ET LA CHAÎNE DE VALEUR DU CLIENT

Sans une compréhension claire et complète de la position de votre client, de ses difficultés et de ses objectifs, vous ne serez jamais en mesure de nouer une relation significative et productive. Apprenez à connaître son activité, de l'intérieur comme de l'extérieur.

3 EVALUER LA RELATION AVEC LE CLIENT

Le client n'est généralement pas une personne unique, mais un ensemble de parties prenantes, qui peuvent toutes améliorer ou freiner votre relation globale. Cartographiez la liste des parties concernées et évaluez à la fois leur pouvoir dans l'entreprise et leur attitude à votre égard.

4 PREPARER UN POSITIONNEMENT

Il est temps de rassembler tout cela. Un état de positionnement vous aidera à rassembler toutes vos idées en un seul endroit, vous donnant un excellent point de référence à partir duquel lancer dans votre programme de campagne KAM.

5 EVALUER LES OPPORTUNITES

Examinez attentivement toutes les informations que vous avez recueillies et demandez-vous "où sont les opportunités de développement commercial". Faites preuve d'honnêteté et d'objectivité, en choisissant les opportunités du compte clé qui ont une réelle chance d'être gagnées.

6 PREPARER UNE PROPOSITION DE VALEUR

Tout est question de valeur - définir ce qu'elle signifie pour le client et concevoir votre offre pour la mettre en avant. Examinez les exigences, les caractéristiques et les avantages pour élaborer une proposition de valeur qui répondra précisément aux besoins du client.

7 GÉRER LES SITUATIONS DE CONFLIT POTENTIEL

Parfois, malgré tous vos efforts, un client dira non, ou des conflits surgiront. Examinez votre style de communication et demandez-vous s'il n'y aurait pas une autre façon, moins conflictuelle, d'aborder une négociation. Gagner l'argument n'est pas la même chose que gagner l'affaire.

8 REVUE

Et quand vous aurez fait tout cela ? Passez en revue chaque étape et demandez-vous « qu'est-ce qui aurait pu être mieux fait ? ». Une bonne gestion des comptes clés n'est jamais statique - il s'agit de progrès continus et fluides. La perfection est un idéal, mais dans la réalité, il est toujours possible de s'améliorer !

KEY ACCOUNT MGMT