

Cartographier les Décideurs et les Influenceurs d'un Grand Compte avec les Outils de Sales Intelligence et l'Analyse Réseaux

Lien : https://innov-maroc.com/formation/cartographier-les-decideurs-et-les-influenceurs-dun-grand-compte-avec-les-outils-de-sales-intelligence-et-lanalyse-reseaux

DURÉE
5 jours (35h)

RÉFÉRENCE
COM90

CATÉGORIE
Account-Based Selling & Gestion Stratégique des Grands Comptes

INNOV MAROC

OBJECTIFS DE LA FORMATION

À l'issue de cette formation, vous serez capable de :

- Comprendre les principes de la Sales Intelligence appliquée aux grands comptes
- Analyser la structure organisationnelle et les centres de décision d’une entreprise cible
- Identifier les décideurs, influenceurs, prescripteurs, utilisateurs, sponsors et gatekeepers
- Exploiter efficacement les outils de Sales Intelligence pour rechercher et enrichir les informations
- Détecter les signaux d’affaires et événements susceptibles d’influencer une opportunité commerciale
- Évaluer le pouvoir et l’influence réelle des différentes parties prenantes
- Construire une matrice Pouvoir × Influence permettant de prioriser les interlocuteurs
- Analyser les réseaux relationnels pour identifier les chemins d’accès aux décideurs
- Développer une stratégie de Multi-Threading afin de sécuriser les opportunités complexes
- Intégrer la cartographie des acteurs dans le CRM et l’Account Plan pour piloter durablement le développement du grand compte

POUR QUI ?

- Key Account Managers (KAM)
- Strategic Account Managers
- Account Executives
- Business Development Managers
- Sales Managers et Directeurs commerciaux
- Ingénieurs commerciaux grands comptes
- Sales Intelligence Analysts
- Sales Operations et Revenue Operations Managers
- Sales Enablement Managers
- Responsables grands comptes stratégiques
- Business Developers B2B
- Responsables CRM et Account Planning
- Consultants en stratégie commerciale et développement des grands comptes

INNOV MAROC



Programme détaillé

1 / Comprendre les enjeux de l’Account Intelligence

- Comprendre les principes de la Sales Intelligence appliquée aux grands comptes
- Identifier les informations utiles à la connaissance du compte
- Distinguer données, signaux d’affaires, influence et pouvoir décisionnel

2 / Analyser la structure organisationnelle d’un grand compte

- Identifier les divisions, filiales, business units et fonctions clés
- Comprendre les structures hiérarchiques et les centres de décision
- Construire une cartographie organisationnelle exploitable commercialement

3 / Identifier les décideurs et influenceurs

- Repérer les décideurs économiques, techniques et opérationnels
- Identifier prescripteurs, utilisateurs, gatekeepers, sponsors et champions
- Évaluer le niveau d’influence et la capacité de décision de chaque interlocuteur

4 / Exploiter les outils de Sales Intelligence

- Rechercher et enrichir les informations sur les entreprises et contacts
- Exploiter les données issues des plateformes professionnelles et bases B2B
- Croiser plusieurs sources afin d’améliorer la fiabilité des informations

INNOV MAROC

5 / Analyser les signaux d’affaires

- Identifier les changements organisationnels, recrutements et mouvements de dirigeants
- Détecter les événements susceptibles de créer des opportunités commerciales
- Exploiter les signaux d’intention et d’engagement avec discernement

6 / Construire une matrice Pouvoir × Influence

- Classer les parties prenantes selon leur pouvoir formel et leur influence réelle
- Identifier les acteurs à convaincre, mobiliser, surveiller ou contourner
- Définir une stratégie d’engagement adaptée à chaque profil

7 / Analyser les réseaux et relations internes

- Identifier les connexions entre décideurs et influenceurs
- Repérer les chemins d’accès vers les interlocuteurs stratégiques
- Utiliser l’analyse de réseau pour développer le Multi-Threading

8 / Construire une stratégie de pénétration du compte

- Identifier les meilleures portes d’entrée et relais internes
- Développer des relations multiples au sein du compte
- Construire des séquences d’approche personnalisées selon les profils

9 / Intégrer la cartographie dans le CRM et l’Account Plan

- Structurer les informations collectées dans le CRM
- Maintenir à jour les rôles, relations, interactions et niveaux d’engagement
- Transformer la cartographie en plan d’actions commercial

10 / Exploiter la cartographie pour accélérer les opportunités

- Identifier les blocages, risques de dépendance et interlocuteurs manquants
- Prioriser les actions commerciales à forte valeur

INNOV MAROC

- Mettre en place une veille continue et actualiser la cartographie du compte

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

04 au 08 Jan. 2027	Présentiel - Casablanca
01 au 05 Mars 2027	Présentiel - Casablanca
26 au 30 Avr. 2027	Présentiel - Casablanca
21 au 25 Juin 2027	Présentiel - Casablanca
16 au 20 Août 2027	Présentiel - Casablanca

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

Réservation & Renseignements

Téléphone : +212 522 247 210
Email : contact@innov-maroc.com
Web : https//www.innov-maroc.com

INNOV MAROC

INNOV MAROC — Tous droits réservés