

Aligner le Marketing et les Ventes sur une Stratégie ABM (Account-Based Marketing) pour Pénétrer les Grands Groupes

Lien : https://innov-maroc.com/formation/aligner-le-marketing-et-les-ventes-sur-une-strategie-abm-account-based-marketing-pour-penetrer-les-grands-groupes

DURÉE
8 jours (56h)

RÉFÉRENCE
COM98

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 fondamentaux et les différents modèles de l’Account-Based Marketing
- Aligner les équipes Marketing et Sales autour d’objectifs communs de conquête des grands comptes
- Identifier et prioriser les comptes stratégiques présentant le meilleur potentiel
- Analyser en profondeur les organisations, enjeux et projets des comptes cibles
- Cartographier les décideurs, influenceurs, prescripteurs et utilisateurs
- Construire des Account Plans partagés entre Marketing et Ventes
- Développer des messages et contenus personnalisés pour chaque compte et interlocuteur
- Orchestrer des campagnes ABM combinant marketing digital, contenu, événements et prospection commerciale
- Développer une stratégie de pénétration progressive des grands groupes
- Mesurer la couverture des comptes, l’engagement, le pipeline, les revenus et le ROI de la stratégie ABM
- Construire des playbooks permettant de reproduire les stratégies gagnantes
- Installer une collaboration durable entre Marketing et Sales pour accélérer la conquête et le développement des comptes stratégiques

INNOV MAROC

POUR QUI ?

- Directeurs commerciaux et Sales Directors
- Directeurs Marketing et Marketing Directors
- Chief Revenue Officers (CRO)
- Account-Based Marketing Managers
- Key Account Managers et Strategic Account Managers
- Business Development Managers
- Sales Managers et responsables grands comptes
- Inbound et Content Marketing Managers
- Growth Managers et responsables acquisition
- Sales Enablement Managers
- Revenue Operations et Sales Operations Managers
- CRM et Marketing Automation Managers
- Responsables grands comptes souhaitant développer une stratégie structurée de pénétration des grandes entreprises

INNOV MAROC



Programme détaillé

1 / Comprendre les fondamentaux de l’Account-Based Marketing

- Comprendre les principes et la logique de l’ABM
- Différencier ABM stratégique, ABM programmatique et ABM one-to-few
- Identifier les situations commerciales où l’ABM est particulièrement pertinent

2 / Définir la stratégie et les objectifs ABM

- Aligner les objectifs Marketing, Sales et Direction Générale
- Définir les objectifs de pénétration, développement et fidélisation des grands comptes
- Déterminer les indicateurs de succès et critères de performance

3 / Identifier et sélectionner les comptes stratégiques

- Définir les critères de sélection des comptes cibles
- Évaluer potentiel commercial, fit stratégique, accessibilité et complexité
- Construire une liste priorisée de comptes à fort potentiel

4 / Cartographier les grands comptes et leurs décideurs

- Identifier les décideurs, influenceurs, prescripteurs et utilisateurs
- Construire des organigrammes et cartes d’influence
- Identifier les relations, enjeux, alliances et éventuels blocages internes

INNOV MAROC

5 / Analyser les comptes et détecter les opportunités

- Étudier stratégie, résultats, projets, enjeux et actualités du compte
- Identifier les signaux d’intention et événements déclencheurs
- Construire une intelligence compte permettant de personnaliser l’approche

6 / Aligner Marketing et Sales autour du compte

- Définir les responsabilités de chaque fonction dans le dispositif ABM
- Construire un Account Plan partagé
- Mettre en place des rituels communs de pilotage, feedback et coordination

7 / Construire des contenus et messages personnalisés

- Adapter les messages aux enjeux spécifiques de chaque compte
- Concevoir contenus, études, argumentaires et propositions à forte pertinence
- Personnaliser les communications selon les différents interlocuteurs

8 / Orchestrer les campagnes ABM multicanales

- Combiner email, LinkedIn, événements, contenu, publicité et prospection commerciale
- Synchroniser les actions Marketing et Sales dans le temps
- Construire des séquences adaptées au niveau de maturité du compte

9 / Développer les relations avec les grands groupes

- Créer des points de contact pertinents avec les décideurs
- Utiliser les événements, réseaux professionnels et recommandations
- Développer progressivement une relation de confiance avec les parties prenantes

10 / Piloter le parcours de conversion et l’opportunité

- Identifier les signaux de progression du compte
- Coordonner qualification, rendez-vous, proposition et négociation

INOV MAROC

- Construire une stratégie d’accès aux différents niveaux de décision

11 / Mesurer la performance de l’ABM

- Suivre engagement, couverture des comptes, interactions et opportunités
- Mesurer pipeline, taux de conversion, revenus et ROI par compte
- Identifier les actions générant le meilleur impact commercial

12 / Industrialiser et faire évoluer la stratégie ABM

- Construire des playbooks ABM reproductibles
- Automatiser certaines actions tout en conservant la personnalisation
- Mettre en place une démarche d’amélioration continue Marketing–Sales

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

12 au 21 Jan. 2027	Présentiel - Casablanca
08 au 17 Mars 2027	Présentiel - Casablanca
03 au 12 Mai 2027	Présentiel - Casablanca
28 Juin au 07 Juil. 2027	Présentiel - Casablanca
23 Août au 01 Sep. 2027	Présentiel - Casablanca

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

INOV MAROC

Réservation & Renseignements

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

Document généré le 25/11/2026 — Réf : COM98
INNOV MAROC — Tous droits réservés

INNOV MAROC