

Best

## Key Account Management: vendere ai clienti strategici

Elaborare un Account Plan per raggiungere gli obiettivi prefissati

★★★★★ 4,7/5 (40 avis)

Presenziale / a distanza



Durata in presenza : 3 giorni (24 Ore)  
Durata online : 3 giorni (19 Ore)

Open : 1.990,00 € +IVA  
Packaged in azienda : 5.360,00 € +IVA +10% di  
Project Management (Quota riferita ad un gruppo  
di 10 pax max)  
Customized : Su richiesta

WebCode: 4.1.43

Quali leve attivare per incrementare le performance di vendita sui **clienti strategici** per l'azienda? Per raggiungere i risultati, il Key Account Manager deve elaborare un **Account Plan strategico**, adottare un modello di comunicazione che crei fiducia e negoziare **accordi** commerciali **vantaggiosi**. Il corso fornisce strumenti e metodi specifici per la vendita e la negoziazione con i clienti strategici, al fine di raggiungere e superare gli obiettivi prefissati.

### A chi è rivolto

- Key Account Manager
- Venditori senior
- Tecnici commerciali preposti all'acquisizione, allo sviluppo e alla gestione di clienti strategici

### Programma

#### Visione strategica del cliente ed elaborazione del piano d'azione

##### Definire e applicare la strategia commerciale: presupposto per la costruzione di un Account Plan

- Definizione di cliente strategico e missione del Key Account Manager
- Informazioni chiave da raccogliere per elaborare una "carta d'identità del cliente"
- Analisi del portafoglio clienti e l'identificazione delle differenti opportunità su un cliente strategico
- Gerarchizzare i target: fatturato/potenzialità
- Strategie da utilizzare: la matrice decisionale per un cliente strategico
- Opportunità di analisi e applicazione strategiche offerte dall'AI

##### Conoscere i circuiti decisionali del cliente

- Identificare e conoscere gli attori del processo d'acquisto
- Migliorare la relazione con ogni attore del circuito decisionale
- Pilotare le azioni e rafforzare il controllo sul circuito decisionale

## Dall'Account Plan all'azione quotidiana

- Trasformare la strategia in obiettivi concreti
- Pianificare le azioni da mettere in pratica
- Ripartire le risorse tra **gestione, fidelizzazione, sviluppo**
- Gestire il tempo in base alle **priorità**

## Saper gestire il business

- Classificare i clienti in base a indicatori di **profittabilità e potenzialità**
- Gli indici di valutazione della **redditività cliente**
- Analisi del fatturato e della marginalità dei clienti strategici

## L'efficacia comportamentale nella relazione con i clienti strategici

### Preparare e anticipare

- Applicare i principi della Customer Centricity e del marketing relazionale alla vendita complessa
- Comprendere i meccanismi della strategia relazionale
- La costruzione di un approccio efficace differenziato per interlocutori

### Definire le tappe fondamentali della negoziazione commerciale

- Obiettivi minimi, zone non negoziabili
- Anticipare e trattare le richieste: la matrice delle concessioni/contropartite
- Negoziazione distributiva e generativa
- Raggiungere un **accordo win-win**

### Condurre le negoziazioni difficili

- Identificare il **profilo psicologico** degli interlocutori per modulare la propria offerta
- Come superare la **forza contrattuale** del cliente strategico
- Condurre la **negoziazione**, superando le barriere di fondo e gestendo le situazioni difficili
- Fronteggiare le pressioni e affrontare gli ostacoli: gli strumenti tattici da conoscere

### Presentare l'offerta di fronte al gruppo di decisione

- Condurre una riunione con più interlocutori
- Fare della riunione uno strumento strategico
- Presentare l'offerta evidenziando la UVP

### Mantenere la relazione e fidelizzare

- Preparare il piano cliente da presentare in azienda
- Pianificare azioni di **cross e up-selling** come strumento di fidelizzazione
- Definire momenti di verifica periodica della **soddisfazione del cliente**
- Impostare eventuali azioni di recupero

## Il contributo dell'AI al successo del processo negoziativo



### Obiettivi del corso

- Individuare e classificare i clienti strategici
- Costruire un Account Plan scegliendo la strategia di sviluppo più efficace per ogni **cliente strategico**
- Preparare un piano d'azione tattico e controllarne l'esecuzione
- Condurre con successo la negoziazione superando le barriere poste dal cliente
- Acquisire le tecniche di comunicazione per una **relazione solida** con i differenti interlocutori



### Esercitazioni

Studio di casi, giochi di ruolo, autodiagnosi. Ogni fase del corso prevede un lavoro sui grandi clienti di ogni partecipante, che viene poi sintetizzato in un book personale.



## Date e sedi 2026



Ultimi posti



Edizione garantita

### Online

dal 9 mar al 12 mar

- dal 9 mar al 10 mar
- dal 12 mar al 12 mar

dal 13 lug al 16 lug

- dal 13 lug al 14 lug
- dal 16 lug al 16 lug

### Milano

dal 25 mag al 27 mag

dal 21 set al 23 set

dal 16 nov al 18 nov