

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 **profitabilità** 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