

Formation certifiante

Account Management

Grands comptes B2B

Customer Success

Formation Key Account Manager

Certification visée : « Gérer la relation client dans une entreprise digitale » — RS6922

- ✓ 400h de formation, 100% à distance
- ✓ Classes Zoom en direct, ateliers et Q&A avec des CSM en poste
- ✓ Certification reconnue — RS6922, organisme Qualiopi
- ✓ 96% de taux d'obtention de la certification en 2025, 100% de taux de satisfaction

96%

Taux d'obtention de
la certification

100%

Taux de satisfaction

490+

Candidats certifiés
depuis le lancement

6 000 €

Éligible OPCO ·
financement
personnel possible

RÉSUMÉ & PROGRAMME

400h pour piloter des comptes stratégiques B2B

De l'analyse du potentiel d'un compte à la négociation d'accords durables : la formation structure la méthode du Key Account Manager — plan de compte, cartographie des décideurs, création de valeur, gouvernance de la relation — avec CRM, data et IA comme outils d'aide au pilotage.

Objectifs pédagogiques

- Prioriser les comptes selon potentiel, valeur et risque
- Cartographier décideurs et parties prenantes
- Construire et piloter un Account Business Plan
- Négocier des accords en préservant la marge
- Exploiter CRM, data et IA pour le forecast

Public visé

- Key Account Managers & Account Managers
- Responsables grands comptes, commerciaux B2B
- Customer Success Managers sur comptes stratégiques
- Business Developers vers le KAM
- Profils en reconversion, étudiants Bac+2

Prérequis d'admission

- Bac+2 ou 2 ans d'expérience en contact client
- Aisance dans les échanges professionnels
- Ordinateur et connexion internet
- Entretien de positionnement obligatoire (30 min)

Programme de la formation — 3 blocs de compétences

1

Structurer et piloter la relation client

- ✓ Identifier les responsabilités du KAM : croissance, marge, fidélisation.
- ✓ Distinguer portefeuille standard, Account Management et KAM.
- ✓ Prioriser son activité selon la valeur stratégique des comptes.
- ✓ Évaluer CA, marge, potentiel, pénétration et qualité de la relation.
- ✓ Analyser marché, concurrence, enjeux et modèle économique client.
- ✓ Utiliser SWOT et matrices de potentiel pour hiérarchiser.
- ✓ Identifier décideurs, prescripteurs, influenceurs, opposants.
- ✓ Comprendre intérêts et niveaux d'influence des parties prenantes.
- ✓ Construire une stratégie relationnelle pour sécuriser son réseau.
- ✓ Définir ambition et objectifs de développement par compte.
- ✓ Formaliser opportunités, risques, actions et échéances dans un plan de compte.
- ✓ Définir les indicateurs de pilotage et le suivi dans le CRM.

2

Développer et coordonner un portefeuille clients

- ✓ Relier les offres aux enjeux business du client.
- ✓ Construire une proposition de valeur différenciante.
- ✓ Identifier upsell, cross-sell, renouvellement, nouveaux périmètres.
- ✓ Préparer objectifs, marges de manœuvre et scénarios de négociation.
- ✓ Identifier rapports de force et tactiques en négociation grands comptes.
- ✓ Négocier des accords durables en préservant rentabilité et relation.
- ✓ Définir instances, rythmes et interlocuteurs adaptés au compte.
- ✓ Préparer et animer des revues de compte / QBR orientées résultats.
- ✓ Transformer les engagements en plan d'action partagé et suivi.
- ✓ Coordonner équipes commerciales, CS, produit, support, finance.
- ✓ Influencer sans lien hiérarchique et arbitrer les priorités internes.
- ✓ Partager l'information pour garantir la cohérence de la stratégie.
- ✓ Suivre CA, marge, pipeline, forecast, renouvellement, croissance.
- ✓ Analyser les écarts au plan de compte et ajuster les actions.
- ✓ Présenter résultats et recommandations à la direction commerciale.

3

Relation client augmentée par l'IA

- ✓ Structurer les informations clés dans le CRM et garantir la qualité des données.
- ✓ Croiser données relationnelles, commerciales et d'usage.
- ✓ Construire des tableaux de bord pour le pilotage des comptes.
- ✓ Accélérer la recherche sur entreprises, secteurs, parties prenantes.
- ✓ Synthétiser les historiques et préparer les revues stratégiques.
- ✓ Utiliser l'IA pour l'analyse d'opportunités et le suivi des actions.
- ✓ Exploiter les signaux de satisfaction, d'usage, de churn.
- ✓ Prioriser les comptes à sécuriser ou développer.
- ✓ Mettre en place des alertes sans automatiser les décisions.
- ✓ Appliquer le RGPD aux données de compte et usages de l'IA.
- ✓ Identifier les risques liés à la confidentialité des données.
- ✓ Définir les usages nécessitant une validation humaine.

Key Account Manager

Account Manager

Responsable grands comptes

CSM en charge d'un portefeuille B2B

Chargé d'affaires

MODALITÉ & ÉVALUATION

Synchrone 40% · 160h

E-learning 46% · 185h

Épreuves 14% · 55h

BLOC	ÉPREUVE ÉCRITE	ÉPREUVE ORALE	SEUIL
1	ME1 – Étude de cas, 8 p.	ME2 – Soutenance 30 min	≥80%
2	ME3 – Dossier pro, 10 p.	ME4/5 – Soutenance 45 min, QBR	≥80%
3	ME6 – Étude de cas IA, 3 p.	ME7 – Soutenance 40 min	≥80%

INDICATEUR	RÉSULTAT
Taux de validation	96%
Taux d'abandon	0%
Satisfaction	100%
Certifiés depuis lancement	490+

PROCHAINES SESSIONS 2026	DATES
Session 1 → 3	4 mai · 1 juin · 29 juin
Session 4 → 6	3 août · 31 août · 28 sept.

Outils & méthodes

100% distanciel, sans déplacement. Zoom, Kare Courses, Slack, Digiforma. Assistance : hello@kare.school

FINANCEMENT & CONTACT

OPCO

France Travail

Plan de développement

Financement personnel

Inscription au plus tard 14 jours ouvrés avant le début, sous réserve de places.
Entretien de positionnement obligatoire (30 min). Certification RS6922 (France Compétences, enregistrée jusqu'au 28/11/2027). Accessible aux personnes en situation de handicap – aménagements sur demande auprès d'admin@kare.school.

Organisme	Kare School
Contact	hello@kare.school 06 48 78 76 13
Adresse	9 place Jacques Marette, 75015 Paris
Tarif	6 000 € – Éligible OPCO