



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**

🎯 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



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

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

- 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

 09 au 13 Nov. 2026

 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>

Document généré le 12/10/2026 — Réf : COM90

INNOV MAROC — Tous droits réservés