



Orchestrer une Approche Multi-Touch Personnalisée pour Engager les Décideurs C-Level des Groupes Industriels

Lien :

<https://innov-maroc.com/formation/orchestrer-une-approche-multi-touch-personnalisee-pour-engager-les-decideurs-c-level-des-groupes-industriels>

 DURÉE
5 jours (35h)

 RÉFÉRENCE
COM97

 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 spécificités de la prospection et de la vente auprès des décideurs C-Level industriels
- ✓ Identifier et prioriser les comptes et interlocuteurs présentant le plus fort potentiel
- ✓ Construire des ICP et personas adaptés aux différents profils de décideurs
- ✓ Cartographier les centres de décision et les réseaux d'influence des grands groupes industriels
- ✓ Développer une proposition de valeur adaptée aux enjeux stratégiques du C-Level
- ✓ Concevoir des séquences Multi-Touch combinant LinkedIn, email, téléphone, événements et networking
- ✓ Personnaliser les messages et contenus en fonction du contexte de chaque compte et décideur
- ✓ Utiliser le Social Selling et les signaux d'intention pour créer des points d'entrée pertinents
- ✓ Coordonner efficacement les actions commerciales et marketing autour des comptes prioritaires
- ✓ Mesurer l'engagement, optimiser les séquences et transformer les interactions en rendez-vous et opportunités commerciales

👥 POUR QUI ?

- ✓ Directeurs commerciaux et Sales Directors
- ✓ Business Development Directors et Managers
- ✓ Key Account Managers et Strategic Account Managers
- ✓ Account Executives spécialisés en grands comptes
- ✓ Sales Development Representatives (SDR) et Business Development Representatives (BDR)
- ✓ Responsables grands comptes industriels
- ✓ Sales Managers et Team Leaders
- ✓ Sales Enablement Managers
- ✓ Responsables Marketing B2B et Account-Based Marketing
- ✓ Revenue Operations et Sales Operations Managers
- ✓ Consultants en développement commercial B2B
- ✓ Dirigeants et responsables de PME/ETI souhaitant accéder aux décideurs des grands groupes industriels



Programme détaillé

1 / Comprendre les enjeux de la vente C-Level dans l'industrie

- Identifier les spécificités des décideurs industriels et de leurs responsabilités
- Comprendre les attentes des CEO, COO, CFO, CTO, CIO, CPO et Directeurs Industriels
- Adapter l'approche commerciale aux enjeux stratégiques, financiers et opérationnels

2 / Définir les comptes et décideurs prioritaires

- Identifier les groupes industriels à fort potentiel
- Construire un Ideal Customer Profile (ICP) et des personas C-Level
- Prioriser les comptes selon potentiel, urgence, fit stratégique et signaux d'achat

3 / Cartographier les organisations et les centres d'influence

- Identifier décideurs, influenceurs, prescripteurs et relais internes
- Comprendre les structures de décision et les chaînes de validation
- Construire une matrice de pouvoir, influence et intérêt

4 / Construire une proposition de valeur C-Level

- Identifier les enjeux business prioritaires du décideur
- Traduire une offre technique en bénéfices financiers, opérationnels ou stratégiques
- Construire un message centré sur le ROI, le risque, la performance et la transformation

5 / Concevoir une stratégie Multi-Touch

- Combiner LinkedIn, email, téléphone, événements, contenus et recommandations
- Définir la séquence, le timing et l'objectif de chaque point de contact
- Construire des scénarios différents selon le niveau d'engagement du décideur

6 / Personnaliser les messages et contenus

- Exploiter les informations disponibles sur l'entreprise et son secteur
- Adapter les messages au rôle, aux enjeux et au contexte du décideur
- Utiliser études de cas, données, benchmarks et insights pour créer de la pertinence

7 / Engager progressivement les décideurs

- Passer de la visibilité à l'interaction puis à la conversation commerciale
- Créer de la valeur avant de solliciter un rendez-vous
- Utiliser le Social Selling et le networking pour renforcer la proximité

8 / Coordonner les actions Sales et Marketing

- Aligner prospection, contenu, événements et Account-Based Marketing
- Organiser les actions autour des comptes stratégiques
- Éviter les sollicitations contradictoires ou répétitives

9 / Mesurer l'engagement et optimiser les séquences

- Suivre les KPI : taux de réponse, engagement, rendez-vous et opportunités
- Identifier les messages et canaux les plus performants
- Adapter la séquence en fonction des comportements et signaux d'intention

10 / Transformer l'engagement en opportunité commerciale

- Préparer efficacement le rendez-vous C-Level
- Faire évoluer la conversation vers les enjeux stratégiques et business

- Construire une relation durable permettant d'accélérer le cycle de vente et de développer le 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

 30 Nov. au 04 Déc. 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 : COM97

INNOV MAROC — Tous droits réservés