



# ACCOUNT MANAGER

## Compétences et missions clés d'un Account Manager

La satisfaction, l'accompagnement et la fidélisation client sont des enjeux majeurs pour l'Account Manager. De l'onboarding de nouveaux clients au renouvellement de contrat, cette formation donne les méthodes et outils concrets de la satisfaction client et de la performance commerciale.

FORMATIONS LONGUES

INITIATION

Ref. : C20AM

Durée :  
5 jours - 35 heures

Tarif :  
Salarié - Entreprise : 2990  
€ HT

Repas inclus

### OBJECTIFS

- Mener avec succès ses onboarding et son suivi client.
- Améliorer sa stratégie de fidélisation client.
- Assurer un suivi proactif des indicateurs de performance client.

### EVALUATION

Les compétences visées par cette formation font l'objet d'une évaluation.

### POUR QUI ?

Responsables relation client, account managers, chefs de projet, responsables expérience client...

### PRÉREQUIS

Aucun.

### COMPÉTENCES ACQUISES

Réussir dans son fonction d'account manager.

### PARCOURS PÉDAGOGIQUE

Communauté d'apprenants  
E-quiz amont  
Présentiel  
E-quiz aval

### PROGRAMME

Réussir l'onboarding de ses nouveaux clients (Module 1 – 2 jours)

#### Modules distanciels :

- E-quiz en amont/aval de la formation.

#### Rentabiliser l'acquisition du client : l'importance de l'account manager

- Clarifier le rôle et les missions de l'account manager dans le parcours de vente.
- Décrypter son cycle de vente.
- Calculer son coût d'acquisition et sa rentabilité par client.

#### Déployer avec succès sa solution chez son client

- Définir la stratégie de déploiement avec son client.
- Personnaliser l'expérience d'onboarding selon les besoins et contraintes de son client.
- Identifier les étapes nécessaires de prise en main pour satisfaire les enjeux client.
- Proposer une feuille de route structurée à son client pour atteindre ses objectifs.
- Atelier: formaliser son onboarding process.
- Industrialiser sa phase d'onboarding

#### Veiller à l'adoption de sa solution par son client

- Paramétrer les comptes utilisateurs de son client.
- Former son client à l'utilisation de sa solution.
- Proposer à son client des outils et process pour fluidifier l'appropriation.
- Apporter une valeur ajoutée rapide à son client avec sa solution.
- Communiquer les résultats de l'intégration à son client : reporting, calls...



Organisme qualifié  
par l'ISQ-OPQF

Membre de la Fédération  
Les Acteurs de la Compétence

ISM - 35, rue du Louvre - 75002 PARIS  
Tél. : +33 (0)1 43 72 64 00 - e-mail : serviceclient@ism.fr  
Siret 712 010 362 000 28



### Gérer les flux de demandes client

- S'organiser pour répondre efficacement à la diversité des sollicitations.
- Assurer le suivi client : appels, mails, chats...
- S'adapter aux imprévus : faire preuve de flexibilité et de réactivité.

Garantir la satisfaction client jusqu'au renouvellement de contrat (Module 2 – 3 jours)

### Fidéliser son portefeuille clients

- Installer une relation de proximité et de confiance.
- Pratiquer l'écoute active et le questionnement pour devancer les attentes client.
- Gérer les réclamations en cas d'incident.
- Anticiper les problématiques et apporter des solutions adaptées.

### Suivre les indicateurs de performance de son client

- Créer des scénarios et cycles de succès à surveiller.
- Définir les indicateurs pertinents alignés avec sa politique Customer Success.
- Panorama des outils de suivi de l'account manager.
- Récolter et analyser, tout au long de la relation, des données client pour monitorer sa satisfaction.
- Construire, tenir à jour et enrichir son dashboard.

### Contribuer au développement et à l'amélioration de sa solution

- Constituer et solliciter son Customer board.
- Assurer la remontée des retours utilisateurs pour optimiser sa solution.
- Prévenir, alerter et mesurer les risques pour améliorer les performances et la qualité de sa solution.
- Mobiliser les expertises internes transverses pour concevoir et livrer le meilleur service.
- Partager les informations, éléments nouveaux ou évolutions avec son client.

### Détecter et saisir les opportunités commerciales

- Réussir la transition avec l'équipe commerciale : process de passation.
- Démontrer la pertinence de son accompagnement à son client.
- Mettre en place des stratégies d'up-sell et cross-sell en partenariat avec les commerciaux.
- S'assurer du renouvellement des ventes: techniques et bonnes pratiques.

## INTERVENANTS

Consultant-formateur expert et diplômé en relation client

## MOYENS HUMAINS, TECHNIQUES ET PÉDAGOGIQUES

Équipe pédagogique :

Un consultant expert de la thématique et une équipe pédagogique en support du stagiaire pour toute question en lien avec son parcours de formation.

Techniques pédagogiques :

Alternance de théorie, de démonstrations par l'exemple et de mise en pratique grâce à de nombreux exercices individuels ou collectifs. Exercices, études de cas et cas pratiques rythment cette formation.

Pour les sessions en distanciel, notre Direction Innovation a modélisé une **matrice pédagogique** adaptée pour permettre **un apprentissage et un ancrage mémoriel optimisés**.

Cette matrice prévoit une alternance de **temps de connexion en groupe** et de **séquences de déconnexion** pour des travaux de mise en pratique individuels.

Ressources pédagogiques :

Un support de formation présentant l'essentiel des points vus durant la formation et proposant des éléments d'approfondissement est téléchargeable sur [votre espace apprenant](#).

Retrouvez également des ressources complémentaires ainsi que les quiz amont/aval sur notre [plateforme](#) dédiée.

