



Responsable grand compte

TOUS SECTEURS

MARKETING-
COMMERCIAL

En quelques mots

Le rôle du responsable grand compte est de répondre aux besoins des clients de façon efficace afin de développer et fidéliser les clients de son portefeuille dans une logique de partenariat long terme. Il contribue à la définition de la politique commerciale de l'entreprise, traite les appels d'offres, assure la négociation commerciale et coordonne les opérations de relations publiques sur les comptes clés.

Autres appellations

Responsable comptes clés, Key account manager



Environnement de travail

Le responsable grand compte doit faire preuve d'excellentes qualités relationnelles, d'ouverture d'esprit et d'écoute pour gérer et fidéliser ses clients. Disposant d'un bon esprit de synthèse, il maîtrise les aspects techniques et est capable de négocier un contrat sous tous ses aspects : juridique, administratif, industriel, logistique. Il doit faire preuve de réactivité pour répondre efficacement aux demandes des clients et de persévérance lorsque les contrats s'inscrivent dans des cycles longs.



Comment accéder à ce métier ?

Le métier de responsable grands comptes s'adresse au minimum à des candidats diplômés d'un Bac+4/5 issus d'universités (marketing - vente) ou d'école de commerce avec une spécialisation grands comptes ou trade-marketing. Le métier de responsable grand compte nécessite de posséder plusieurs années d'expérience (au moins 3 ans) sur le terrain avant de pouvoir gérer les grands comptes.

Perspectives professionnelles

Le responsable grand compte peut, après plusieurs années d'expérience, prendre le titre de responsable commercial, voire de directeur commercial.



Ils parlent de leur métier

“ Je prends en main un ou plusieurs clients stratégiques. Ceux qui passent les commandes les plus importantes et avec lesquels l'entreprise réalise le plus gros de son chiffre d'affaires. En tant que responsable grands comptes, j'ai pour mission de fidéliser et de développer le chiffre d'affaires, dans une optique de partenariat de long terme avec mes interlocuteurs. Je renégocie aussi les contrats, et en profite pour leur présenter les nouvelles gammes de produits ou services. Je gère également un budget pub ou communication qui sert à promouvoir ces nouveautés en partenariat avec mes clients. ”

”