

Key Account Manager

Un desafío orientado
a la rentabilidad
basada en la gestión
y el desarrollo
de cuentas clave

ELIGE ÉXITO

+50 años formando
profesionales globales
para **la empresa** y **el marketing**.
Fomentando el **emprendimiento**
y **la economía digital**

INTRODUCCIÓN

Durante mucho tiempo las empresas se han asentado sobre sus líneas de negocio o líneas de producto para desplegar su misión comercial.

De esta manera, la evolución de su actividad se ha soportado sobre indicadores ligados a las ventas de distintos productos y el papel que juegan los servicios postventa y la atención a sus clientes.

Pero el clásico paradigma basado tan sólo en el volumen de ventas y la satisfacción de la clientela no establece de manera exhaustiva y diferenciada el tratamiento exhaustivo de cada cliente, sobre todo de los clientes clave, necesario sobre todo para conocer el valor de cada uno de ellos, así como el valor que perciben los clientes sobre las propuestas comerciales de cada empresa.

Por otro lado, los clientes estratégicos de todas las organizaciones suponen cada vez más un gran reto en la gestión empresarial que exige un enfoque claramente planificado que maximice la rentabilidad a corto plazo y el desarrollo sostenible de la empresa a medio plazo.

FACTORES CLAVE

Los participantes estarán en disposición de adquirir las competencias necesarias en la gestión de una cuenta clave, realizar informes y estudios sobre la potencialidad de sus clientes y sobre la competencia y su posicionamiento. Así mismo, se estará en disposición de hacer planes de cuenta promoviendo equipos de trabajo de alto rendimiento en la empresa de cada participante.

La aplicación de los contenidos del programa va a poner en disposición de los asistentes, herramientas y metodologías para poder abordar con rigor nuevas oportunidades a través de estrategias concretas destinadas al mantenimiento de relaciones duraderas con los clientes.

OBJETIVOS

- Demostrar la relevancia de las Cuentas Clave para gestionar eficazmente la relación comercial idónea como fuente de ventaja competitiva en la fase actual que caracteriza la situación actual de los mercados.
- Entender lo que significa venta estratégica en la aproximación al cliente con una visión de Gestión Amplia de Cuenta (GAC), válida para obtener el máximo rendimiento con el desarrollo de planes de venta personales y seguimiento de oportunidades comerciales.
- Crecer profesionalmente de manera congruente con la trayectoria comercial ante los retos que se presenta en el mercado actual y futuro, a partir de procesos de negociación específicos de alto nivel.

PÚBLICO OBJETIVO

Directores y gestores de grandes cuentas (KAM), directores comerciales y jefes de venta, directores de marketing y directores de trade marketing, directores, gerentes y cualquier persona con responsabilidad directa sobre ventas en la empresa.

METODOLOGÍA

Se trata de un programa de formación y entrenamiento eminentemente práctico en el que se pretende que, a través del análisis de episodios empresariales reales, cada participante pueda experimentar el desarrollo de un plan de cuentas (en el ámbito de las grandes compañías y las pymes) que maximice la rentabilidad de su cartera de clientes y la haga sostenible en el tiempo.

Con todo ello se pretende que todos los asistentes estén en disposición de aplicar el modelo real de su propia empresa en el ámbito de las grandes cuentas (KAM) y de la gestión amplia de clientes (GAC).

PROGRAMA

1. Particularidades y casuística de la Cuenta Clave.
2. Integración del Plan de Cuentas en el proceso de planificación según el Modelo KAM Manager.
3. Valor de vida del cliente.
4. Pirámide de Poder de Mapa de Cuenta.
5. DAFO/CAME.
6. Guía KAM Manager para la elaboración del Plan de Cuentas Clave.
7. Negociación con Cuentas Clave: Roles y Competencias del KAM.
8. De la estrategia a la acción: presentación y defensa de Propuestas de Valor.

PONENTES

D. Doroteo González Pastor.

Licenciado en Ciencias Empresariales, Universidad de Valladolid. Máster en Marketing y Comunicación, IDE. Auditor IRCA para Sistemas de Gestión de la Calidad ISO 9001.

Consultor-formador del área de Executive Education de ESIC, Business&Marketing School y socio director de IMD Soluciones, consultora que opera en el ámbito de la estrategia empresarial.

Anteriormente: Director del Grupo HADAS, Director General de NQA Global Assurance (NQA España), Director de Comunicación en el American Supplier Institute (ASI), Jefe de Ventas en Olivetti y Director Comercial y de Marketing en Infotelec.

Miembro individual de la Asociación Española de la Calidad (AEC) y de Forética, ha formado parte del equipo redactor inicial de la Norma SG21 para la gestión ética de las organizaciones.

**Programa y claustro sujetos a posibles modificaciones.*

INFORMACIÓN

FECHAS:

29 y 30 de octubre de 2019.

HORARIO:

De 9.00 a 14.00 h. y de 15.00 a 18.30 h.

DURACIÓN:

16 horas - 2 días.

LUGAR DE IMPARTICIÓN:

ESIC-Club de Marketing de la Rioja.
C/ Medrano, 12 (Logroño).

IMPORTE*:

550€

Antiguos alumnos de ESIC asociados a ESIC Alumni y socios del Club de Marketing de Logroño: 357,50€

Antiguos alumnos de ESIC no asociados a ESIC Alumni: 346,50€

Condiciones especiales para profesionales en situación de desempleo.

Gestión gratuita de la bonificación de Fundae, solicite más información.

** Descuentos no acumulables, teniendo valor el de mayor cuantía.*

OBSERVACIONES:

La realización definitiva del curso en las fechas previstas, está siempre supeditada a la configuración de un grupo mínimo de asistentes para poder desarrollarlo.

Para obtener el diploma y certificado de realización del curso, es necesario asistir como mínimo al 80% de las horas lectivas. Superado este porcentaje, ESIC se reserva el derecho de entrega de los certificados correspondientes.

ESIC ofrece la posibilidad de diseñar todos sus programas formativos a medida para empresas e instituciones.

MÁS INFORMACIÓN E INSCRIPCIONES:

(00 34) 948 29 01 55

info.pamplona@esic.edu

www.esic.edu/navarra