



Key Account Management: Cómo elaborar un Plan de Cliente en Productos Frescos

Metodología para preparar un Plan de Cliente que te ayude a impulsar el crecimiento de tus ventas en tus cuentas clave e incorporar nuevos clientes a tu cartera.

22 de
septiembre

Online

Online

-

De 9:30 a 14:00 y de 15:30 a 17:30

Opciones para realizar este curso

Este Curso puede realizarse de forma individual o como parte del Programa Formativo Mejorar las ventas de tus Productos Frescos, que podrás encontrar aquí

Objetivos de esta formación

- Aportar metodología para desarrollar un plan de cliente individualizado para cada una de las cuentas claves de tu empresa, con el objetivo de crear relaciones duraderas que impulsen el crecimiento de tus ventas.
- Facilitar un método de análisis para poder hacer un buen diagnóstico del mercado objetivo y de la cartera de clientes clave que deben formar parte del Plan Comercial de tu empresa.
- Comprender el papel del Key Account Manager como impulsor y gestor del proceso de planificación y su impacto dentro y fuera de tu empresa.

Incluye taller práctico

Una sesión dinámica con ejercicios prácticos durante cada una de las fases para ejemplificar un plan de cliente que permitirá a los asistentes llevarse una metodología de éxito contrastado para poner en marcha con los datos de su compañía inmediatamente.

Dirigido a

- Exclusivo para proveedores de productos Frescos: equipos comerciales.

Programa

Key Account Management

- Rol y funciones del KAM y su impacto en el mercado y el negocio.
- Identificar por qué es necesario hacer planes de clientes individualizados y sus beneficios dentro de la organización.

Elaboración de un Plan de Cliente: Definición, hoja de ruta y fases de un plan de cliente eficaz y eficiente.

Una sesión dinámica con ejercicios prácticos durante cada fase para ejemplificar un plan de cliente de productos Frescos.

- **Fase 1: Diagnóstico de la oportunidad comercial.**

Proceso de alineamiento del plan comercial con las necesidades de la empresa y el posicionamiento de los clientes.

- **Fase 2: Diagnóstico de la cuenta clave.**

Comprender su estrategia, oportunidades y frenos de acuerdo con su potencial de crecimiento y las herramientas que ofrece.

Elaboración de un Plan de Cliente (continúa)

- **Fase 3: Elaboración de un Plan de Cliente.**

Desplegar acciones, recursos necesarios y el coste con el fin de definir objetivos de desempeño -ventas-, desarrollo -acciones- y retorno -margen-.

- **Fase 4: Elaboración del plan para la cuenta clave - Taller.**

Taller práctico sobre cómo elaborar un plan de cliente para un distribuidor desde la óptica de la empresa trabajada en la lectura previa, que habremos ido desarrollando a lo largo del curso.

Trabajo por equipos y debate sobre aprendizajes.

- **Fase 5: Ejecución proactiva.**

Calendarización, fijación de hitos -KPI's- y planes de corrección.

Formadores AECOC



Maite Echeverría
Resp. Customer
Mgmt.

Colaboradores



Caridad Maylin
Profesora
Universitaria Shopper
Y Trade Marketing

Precios

Descuento del 20% a partir del 2º inscrito de una misma empresa.

- **No socio 470€**
IVA general (21%) / asistente
- **Socio 390€**
IVA general (21%) / asistente
- **Requisitos para conectarse: Sistema Operativo: Windows Vista - Windows 10, Mac OS X 10.8 - 10.11 Explorador web, Chrome v39, Firefox v34, Internet Explorer v8, Microsoft Edge, Safari v6 o una versión más reciente de estos navegadores**

Bonifícate este curso

Para gestionar esta bonificación, se debe poner en contacto con la Fundación Estatal y presentar la documentación requerida al menos 7 días antes del inicio del curso en el caso de formación