CURSO
AECOC
COMERCIAL
Y MARKETING



Key Account Management: Cómo elaborar un Plan de Cliente

Técnicas y herramientas de planificación comercial para optimizar la gestión y la relación comercial con tus clientes

-

11 de noviembre

Online

Online

-

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

Objetivos de esta Formación

- Facilitar un método de análisis con el objetivo de realizar un buen diagnóstico del mercado objetivo y la cartera de clientes clave.
- Aportar metodología y herramientas que permitan realizar un plan comercial para las cuentas clave poniendo al shopper en el centro de la estrategia.
- Comprender el papel del KAM como impulsor y gestor del proceso de planificación que ayude a entender el impacto en su entorno, externo e interno.

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

- Fabricantes: Profesionales de las áreas de Comercial y Trade Marketing que deben desarrollar su trabajo en cuentas clave

Programa

Panorama actual y tendencias de la distribución en España
Con el objetivo de conocer el entorno en el que se debe preparar el plan de clientes veremos:

- Cifras del sector de Gran Consumo y tendencias.

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.

- **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 conectarte: 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