

POSTGRADO

Curso especializado en
**KEY ACCOUNT
MANAGEMENT
[CEKAM]**



CÁMARABILBAO



Transforming people

INTRODUCCIÓN

Los clientes estratégicos cada vez más suponen 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 y largo plazo.

Hoy, el nuevo arquetipo de gestión por parte del Key Account Manager, fija su atención en el valor del cliente, el valor de las propuestas comerciales y el valor de las empresas, todo ello con la necesaria incorporación de las competencias digitales en un entorno globalizado, en el que cada vez adquiere mayor peso el uso de la tecnología.

El KAM debe ser un profesional que tiene una profunda comprensión del modelo de negocio de sus clientes, una posición dentro de la estructura comercial que desarrolla estrategias y planes de acción concretos y que es capaz de orquestar a su organización para dar el servicio y la expectativa prometida a sus cuentas clave.

Finalmente, el KAM debe desarrollar y mantener una relación duradera y rentable con los clientes para descubrir nuevas oportunidades de negocio más complejas, fomentar una relación profesional de confianza y mejorar el servicio para aumentar la satisfacción y la experiencia de sus clientes.

FACTORES CLAVE

Los asistentes estarán en disposición de adquirir las competencias necesarias en la gestión de una cuenta clave, analizar la potencialidad de sus clientes, sobre la competencia y su posicionamiento. Así mismo, serán capaces de hacer planes de cuenta promoviendo equipos de trabajo de alto rendimiento en sus empresas, basado en los siguientes ejes:

- Competencias estratégicas y directivas en la gestión de Cuentas Clave.
- Visión 360º integrando el entorno digital y la tecnología como las competencias clave que demanda el mercado B2B.
- Herramientas y metodologías de aplicación inmediata.
- Análisis y toma de decisiones comerciales y financieras.
- Ejercicio en el liderazgo de equipos de proyectos.
- Fidelización y creación de valor para la empresa.

DIRIGIDO A

Key account managers, directores comerciales, responsables de ventas y cualquier profesional con responsabilidad sobre desarrollo de negocio con objetivos sobre ventas y gestión de clientes estratégicos, en cualquier sector de actividad B2B.

OBJETIVOS

- Reflexionar sobre el concepto de estrategia y táctica comercial aplicable a grandes clientes y su modelación para una cartera o zona reduciendo la dependencia de cuentas esporádicas.
- Demostrar la relevancia de las grandes cuentas para gestionar eficazmente la relación comercial con ellas como fuente de ventaja competitiva en la fase de madurez o de réplica inmediata que caracteriza la situación actual de los mercados.
- Entender lo que significa venta estratégica en la aproximación la cuenta clave obteniendo el máximo rendimiento con el desarrollo de planes de venta y seguimiento de oportunidades comerciales.
- Facilitar la estructura de pensamiento y el conjunto de elementos críticos a valorar a lo largo del proceso de análisis y posterior selección de las estrategias comerciales del Gestor de Clientes Clave.
- Analizar experiencias prácticas y reales en la gestión de cuentas clave.
- Conocer los desafíos relacionados con el crecimiento de los canales digitales, encontrar las mejores prácticas del mercado, analizar las tendencias de comportamiento de sus clientes en el entorno digital, así como analizar las marcas competidoras desde una visión omnicanal.

METODOLOGÍA

Programa de alto impacto, eminentemente práctico y compatible con la actividad personal y profesional de los KAM, que se desarrolla durante 1 mes y medio combinando sesiones presenciales (aportaciones teóricas, resolución de ejercicios, análisis de casos prácticos reales,...) con módulos online (contenidos audiovisuales, lecturas interactivas, foros, webinars,...).

5 sesiones presenciales en formato fin de semana de viernes tarde y sábados mañana, intercalando 3 módulos online con una dedicación de 1 hora al día durante 1 semana por cada módulo.

Secuencia metodológica de un módulo online:



PROGRAMA

Bloque 1.- Visión de negocio y cliente en un mundo digitalizado (Presencial)

1. Key Account Management Mindset:
 - Contexto comercial actual: particularidades y casuística en las Cuentas Clave.
 - Competencias clave del Key Account Manager: puntos críticos.
 - El Plan de Cuentas:
 - Mapa de Cuenta.
 - Herramientas de análisis interno y externo.
 - Factores Clave de Éxito (FCE).
 - Estrategias de posicionamiento y enfoque de la Cuenta Clave.
2. Social Selling: de clientes potenciales a generación de contactos.
 - Social Selling, convirtiendo desconocidos en clientes.
 - Cómo definir nuestro pitch de ventas de manera más específica e impactante.
 - Aumentar la visibilidad del KAM usando Redes Sociales.
 - Iniciar conversaciones digitales.
 - Superando filtros y barreras: ganar predisposiciones.
3. Estrategia y visión 360º de cartera/cliente:
 - Paradigmas comerciales.
 - Herramientas de análisis de la posición competitiva de la cartera.
 - De la venta por volumen a la venta de valor.
 - Estructura y valor por canales.
 - Cuadro de Mando de efectividad comercial del KAM.
 - Principales KPI's.
4. Métricas financieras y comerciales:
 - Planificación financiera: requisitos fundamentales.
 - Cuenta de Resultados y Balance: implicación de las decisiones.
 - Valoraciones de las grandes cuentas:
 - Necesidades de financiación.
 - Cash Flow.
 - Análisis de sensibilidad.

Bloque 2.- Customer Centric Selling (Presencial)

1. Gestión de Relaciones con Clientes (GRC):
 - Itinerario de relación con el cliente.
 - El proceso de venta: objetivos y competencias por fase de interacción.
 - De la estrategia a la acción: modelo relacional.
 - Esfuerzos asignados a la cuenta.
 - Estructura del Plan de Negocio para la Cuenta Clave.

2. Momentos de la verdad: liderando conversaciones.
 - Evidencia y desarrollo de oportunidades.
 - Modelos SPIU.
 - Explotación de argumentarios:
 - Móviles de compra.
 - Modelo de escrutinio.
 - Las réplicas del cliente:
 - Somatización.
 - Herramientas de manejo.
3. Negociación omnichannel in&out:
 - Roles y competencias en la negociación.
 - Estilos, enfoques y metodología efectiva en la negociación.
 - Modelo Push & Pull en una negociación.
 - Reglas de los intercambios satisfactorios.
 - Convencer y no vencer: punto de equilibrio.
 - Modelos de cierre de acuerdos comerciales duraderos.

Bloque 3.- Tools, Skills & Analytics del Key Account Manager (Online)

1. Sales Agile:
 - Mentalidad y cultura corporativa ágil.
 - Agile & Scrum: valores y principios.
 - Manifiesto Ágil.
 - Agile & Scrum en las organizaciones: cómo implementarlo o migrar a Scrum.
 - Análisis entre modelos clásicos Waterfall, Agile y Scrum.
 - Framework, roles y soportes de Scrum.
2. Gestión de equipos multidisciplinares:
 - Concepto de grupo vs. equipo.
 - Causas que paralizan a un equipo.
 - Liderar equipos a través de la comunicación, confianza y visión.
 - Las motivaciones del equipo.
 - Estrategias dirigidas al sentido de cooperación y pertenencia.
 - La cohesión de equipos: aspectos positivos y negativos.
3. Big Data & Business Analytics:
 - Diferencia entre el Big Data Analytics y las técnicas tradicionales de inteligencia de negocio.
 - El valor del Small Data, cómo implantar una política de gobierno de datos en una gestión KAM.
 - Convierte conjuntos masivos de datos en conocimiento estratégico valioso y accionable.
 - Cómo descubrir insights y generar nuevo negocio en base a ellos.
 - Dónde están las nuevas fuentes de información y cómo extraer valor.

PONENTES

D.ª Covadonga Alonso.

Licenciada en Ciencias Empresariales, Universidad Complutense de Madrid. Miembro del Instituto Español de Analistas Financieros (IEAF).

Consultora-formadora de las áreas de Executive Education y Postgrado de ESIC en el ámbito financiero. Socia Directora de MRCA. Profesora colaboradora externa del CEF, IDEA, Escuela de Economía de Madrid, Universidad San Pablo CEU y Universidad Francisco de Vitoria.

D. Doroteo González (Director técnico del curso).

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. Socio Director de IMD Soluciones, consultora que opera en el ámbito de la Estrategia Empresarial.

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

D. José Miguel López.

Máster en Dirección de Marketing y Gestión Comercial, ESIC. Programa Superior de Dirección de Ventas, ESIC. Director de Clientes Corporativos del Grupo Correos y Director Comercial de Nexea.

D. David Martínez.

Executive MBA, ESIC. Solution Partner de Hootsuite Enterprise, certificado profesional de Hootsuite. Consultor certificado Evernote, Brandwatch y Zendesk Enterprise.

Consultor en social selling y estrategia digital en Soluciona Fácil, con más de 25 años de experiencia en Tecnologías de la Información y Comunicación, ocupando cargos como CIO, CTO, Director TIC, Jefe de Proyectos y Desarrollos, considerado uno de los mayores expertos de LinkedIn, tiene 4.200 visitas anuales a su perfil de LinkedIn y 87.776 apariciones de su perfil en las búsquedas.

Autor de los libros *"Crea un perfil efectivo en LinkedIn para lograr tus objetivos. Las claves para destacar y ser visible"*, *"Consigue llegar a las personas adecuadas con LinkedIn. Localízalos y consigue que interactúen contigo"* y *"Social Selling: la nueva herramienta de ventas. Si tu cliente está en Internet, ¿a qué esperas?"*.

D. Javier Molina.

Doctorando en Economía de Empresa, Universidad Rey Juan Carlos. Licenciado en Gestión Comercial y Marketing, ESIC. Licenciado en Administración y Dirección de Empresas, University of Lincolnshire & Humberside. Diplomado en Investigación Comercial, AEDEMO. Máster Oficial en Dirección Comercial y Marketing, Universidad Rey Juan Carlos. Máster en Dirección Financiera, ESIC. Máster en Alta Dirección de Empresas, Universidad Rey Juan Carlos.

Miembro del Consejo de la Escuela de Ventas de ESIC. Steering & Board Committee de Gesvelice. Miembro del Comité y Consejo de Dirección de varias organizaciones tanto nacionales como internacionales.

Anteriormente desarrolló su carrera profesional como Central Sales Director de Broadnet S.A. (Grupo ACS), Sales Manager de France Telecom y como Adjunto a la Dirección de Red Comercial del BSCH.

Co-autor de los libros *"Plan de Ventas"* y *"Hoy es Marketing 2008, 2009 y 2010"*, todos ellos de la editorial ESIC, tiene diversas publicaciones en medios de ámbito nacional e internacional relacionados con el mundo de la economía y el management: El Economista, Estrategias de Venta, Expansión, Cinco Días, América Economía, ...

D^a. Loreto Martorell.

Licenciada en Ciencias de la Educación, Universidad Complutense de Madrid. Máster en Dirección de Recursos Humanos, CESEM.

Consultora-formadora del área de Executive Education de ESIC, experta en habilidades directivas (liderazgo, trabajo en equipo, comunicación, gestión de conflictos, presentaciones, creatividad e innovación, formación de formadores...).

Anteriormente: Directora del Centro de Madrid de Sertel Servicios de Telemarketing. Supervisora y Responsable de Formación y Selección de Teleformance.

D. Carlos José Conejo.

Ingeniero de Caminos, Canales y Puertos por la Universidad Politécnica de Madrid. MBA, ESIC, Business&Marketing School. Project Manager Profesional PMP® por el Project Management Institute.

Actualmente desempeña funciones como Subdirector de Producción en Arian, empresa de Construcción y Gestión de Infraestructuras con experiencia en el ámbito nacional, Europa, Oriente Próximo y China. Acumula una experiencia profesional de más de 17 años en gestión de proyectos, en organizaciones en el sector de la construcción en general y de la obra pública en particular.

Está especializado en labores gerenciales, gestión económica, planificación, mejora de procesos, planificación y control económico. Ha sido Project Manager de grandes obras y proyectos de ingeniería civil, implantación de sistemas ERP, sistemas de control, planificación...

D. José Luis Casas.

Ingeniero Superior de Telecomunicaciones en la UPC, Licenciado en Marketing e Investigación de Mercados por la UOC y Master en Dirección de Empresas en el IE.

Actualmente es responsable de la unidad global de servicios de marketing y publicidad en Telefónica para 13 países. Previamente ha desempeñado otros cargos como KAM, consultor estratégico y jefe de producto en Telefonica, Thales y Siemens.

**Programa y claustro sujetos a posibles modificaciones.*

TESTIMONIOS ANTIGUOS ALUMNOS

“Curso intenso, actual y muy práctico. Espectacular elenco de ponentes. Recomendable 100%.”

Pedro Broncano Grande, Delegado Comercial Zona Centro-Sur de Europraline-Trapa.

“Una formación adaptada al conocimiento profundo de cómo tratar de manera profesional la gestión de las cuentas clave de la empresa.”

Adrián de la Fuente Sanchidrián, Inside Sales Representative de Fedex.

“Un curso útil, real, con visión, que dota al profesional de nuevas capacidades en la gestión de grandes cuentas.”

Adrian García Mateos, Development Manager HPL & Food de Plastipak Iberia.

“Muy centrado en conseguir que un KAM cree valor en el cliente para diferenciarse, me ha hecho reflexionar sobre la importancia del aspecto analítico y relacional con los clientes. Me ha aportado mucho para implementar en mi trabajo.”

Yolanda Caro Magaz, Responsable de Distribución Iberia de Toshiba Electronics Europe.

“Realista y pragmático, ayuda a ver otras preceptivas del negocio, muy enfocado al cliente.”

Jorge Juan Borrego Calle, Delegado de Ventas de Grandes Cuentas en Bristol Myers Squibb.

“Extremadamente práctico, ha cambiado mi perspectiva en muchos aspectos. Todos los ponentes han aportado un punto de vista muy interesante.”

Rebeca Campos, Account Manager de Retarus.

“Curso muy interesante durante el cual he adquirido nuevos conocimientos sobre el rol del KAM. Profesores muy preparados y curso organizado con contenidos estructurados y coherentes. Muy contenta de la experiencia y el aporte para mi futuro profesional.”

Jessica Bazataqui Didier, Account Manager de Cartonajes Salinas.

INFORMACIÓN

FECHAS:

Del 16 de octubre al 21 de noviembre de 2020.
(Días lectivos: 16, 17, 23 y 24 de octubre, 6, 7, 13, 14, 20 y 21 de noviembre).

HORARIO:

Viernes de 16.00 a 21.00 h. y sábados de 9.00 a 14.00 h.

DURACIÓN:

50 h. presenciales + 3 módulos online - 1 mes y medio.

LUGAR DE IMPARTICIÓN:

Cámara de Comercio de Bilbao.
C/ Licenciado Poza, 17 · Bilbao.

IMPORTE*:

1.900€

Alumni asociados: 1.235€ | Alumni no asociados: 1.615€

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

Condiciones especiales para profesionales en situación de desempleo.

** 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) 94 470 24 86

formacion@camarabilbao.com

www.esic.edu/bilbao

Madrid
91 452 41 00
info.madrid@esic.edu

Barcelona
93 414 44 44
info.barcelona@esic.edu

Valencia
96 361 48 11
info.valencia@esic.edu

Sevilla
95 446 00 03
info.sevilla@esic.edu

Zaragoza
976 35 07 14
info.zaragoza@esic.edu

Málaga
952 02 03 69
info.malaga@esic.edu

Pamplona
948 29 01 55
info.pamplona@esic.edu

Bilbao
94 470 24 86
formacion@camarabilbao.com

Granada
958 22 29 14
master@esgerencia.com

ESIC-IESIDE

Vigo
986 49 32 52
vigo@ieside.edu

A Coruña
981 18 50 35
coruna@ieside.edu

MAR 2020