

Gestión de las Cuentas Clave: El Rol del Vendedor Moderno

EXPOSITOR

M.A. Enrique Cuéllar Torres

Maestro en Administración y Licenciado en Economía por el ITAM con más de 15 años de experiencia en ventas y planeación estratégica. A través de diferentes posiciones ha liderado las negociaciones con los principales autoservicios del país, así como con farmacias de cadena y mayoristas. Ha colaborado en empresas nacionales y transnacionales tanto de consumo como de la industria farmacéutica, como: General Mills, Mead Johnson, Chocolatera de Jalisco, Salsa Valentina, Chiles La Morena, Abbott Nutritional, Laboratorios Olnatura, etc.

Como consultor ha colaborado con empresas como: Multibodegas, Llano de la Torre, RUZ, RYC y BIMBO.

Además de impartir el curso de Gestión de Cuentas Clave colabora en el Diplomado de Estrategia Comercial.

OBJETIVO

Modernizar y profesionalizar el rol del vendedor a través de herramientas de gestión de las cuentas clave que nos aseguren el correcto seguimiento y desarrollo de las mismas, apoyados por variables de control que permitan identificar de manera clara y eficiente oportunidades para mejorar el desempeño del negocio.

DIRIGIDO A

A quienes forman parte de la ejecución de la estrategia comercial del negocio; líderes de las áreas de ventas y marketing para quienes la comunicación eficiente con los clientes es un factor determinante para el éxito del negocio.

Recomendado para el equipo de cuentas clave y mercadólogos que buscan desarrollar una visión estratégica e integral del negocio.

TEMARIO

1. Definición de Cuenta Clave
2. Básicos para establecer las oportunidades de negocio
 - a. Producto
 - i. Fortalezas/ Debilidades / Diferenciador / Mercado objetivo – Consumidor Final
 - b. ¿Quién es mi cliente?

i. Capacidad de Distribución / Fortalezas / Estrategias comerciales

3. Definición de KPI´s

a. Establecer métricas claras para la evaluación del negocio

i. Funcionales: Ventas / Mg / Inversión del cliente (Inventarios)

ii. Operacionales: Rentabilidad x Cliente (inversiones y rentas) / Share / Family mix

4. Manejo del ROI

a. Identificar el potencial real del negocio

5. P & L

a. Entender la forma en la que intervienen todas las variables

6. Elaboración de un Plan de Negocios Colaborativo

7. Tipos de Vendedores

a. Transaccional

b. Negociador

c. Planeador

d. Estratégico

8. Definición del "Vendedor Moderno"

DURACIÓN

20 horas