

Gestión de las Cuentas Clave: El Rol del Vendedor Moderno

Versión en línea

Nota: Este curso es en la modalidad en línea a través de la herramienta Zoom. Se requiere que el participante cuente con computadora, laptop, tablet, teléfono inteligente o cualquier otro dispositivo que permita reproducir audio y video y una buena conexión a internet.

Las clases serán en tiempo real en los días y horario publicados. Las sesiones no serán grabadas y el participante sólo tendrá acceso a las sesiones del curso en el grupo al cual se haya inscrito.

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 Nutritionals, 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

16 horas