

COMERCIAL DEL KAM EN ENTORNOS COMPETITIVOS

GLOBAL_
THINKING
GLOBAL LEADERS_

SEMINARIO PROFESIONAL – 24 h.

FORMATO: Presencial

ÁREA: Ventas

OBJETIVOS

- » Contextualizar la función y posicionamiento del K.A.M. de acuerdo con la evolución de la gestión comercial en los entornos altamente competitivos;
- » Consensuar criterios y lenguaje sobre el desempeño comercial del Key Account Manager;
- » Potenciar el análisis y la planificación estratégica de ventas;
- » Actualizar, mediante la reflexión producida por casos prácticos, los conceptos y habilidades abandonadas por la inercia de comportamiento que ayuden a mejorar el rendimiento comercial del colectivo; y,
- » Provocar el intercambio de experiencias entre los participantes que posibilite la difusión de las mejores prácticas individuales.

PROGRAMA - FASES

- » El Nuevo entorno competitivo.
- » La evolución de la venta.
- » El Rol del K.A.M. en entornos competitivos.
- » La planificación commercial.
- » La gestión más amplia de una gran cuenta,

METODOLOGÍA

PRESENCIAL:

- » Aportaciones del claustro.
- » Casos prácticos individuales y grupales.
- » Role-plays.
- » Debate y análisis de situaciones reales.
- » Flipped classroom.

A QUIÉN VA DIRIGIDO

- » Dirigido a Gestores de Grandes Cuentas que deseen mejorar sus ratios de venta. Así mismo se dirige a Directores y Jefes de Venta que quieran actualizar sus métodos y los de sus equipos y a responsables de un negocio que necesiten desarrollar de forma profesional y efectiva la venta con sus grandes clientes.

**Información sujeta a posibles modificaciones en función del diseño final fruto de la propuesta con cliente.*