

# EL GESTOR DE CLIENTES COMO APORTADOR DEL MARGEN

**GLOBAL\_**  
**THINKING**  
GLOBAL LEADERS\_

**SEMINARIO PROFESIONAL – 16 h.**

**FORMATO: Presencial/On-line**

**ÁREA: Ventas**

## OBJETIVOS

- » Asimilar los conceptos claves como rentabilidad, flujo de efectivo en la empresa (cash flow), EBITDA, circulantes, etc.
- » Ser capaz de establecer y comprender los sistemas de seguimiento de objetivos y evolución de la marcha del negocio.
- » Acercamiento al funcionamiento de los sistemas de control de gestión.
- » Comprender los Conceptos útiles para la toma de decisiones comerciales desde el punto de vista económico: estructura de costes, margen de contribución.
- » Determinar los Costes relevantes para la toma de decisiones comerciales.
- » Toma de decisiones comerciales desde el punto de vista económico.
- » Impacto financiero de las condiciones de negociación.

## PROGRAMA - FASES

- » Análisis de la rentabilidad de operaciones comerciales.
- » El impacto de las condiciones de la negociación.
- » Cesiones en periodo de pago, descuentos, customización, ráppeles, etc.
- » Rentabilidad de las ventas e incidencias en la empresa.
- » La cuenta de resultados (zonas y clientes), costes, precios, rentabilidad.
- » Gestión de operaciones comerciales con inversión en clients

## METODOLOGÍA

### **PRESENCIAL:**

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

### **ON LINE:**

- » Aula Virtual ESIC.
- » Documentación adaptada HTML.
- » Prework + postwork.
- » Recursos audiovisuales (soporte lighthboard).
- » Foros de debate / Social Media.
- » Webinars / tutorías.

## A QUIÉN VA DIRIGIDO

- » Dirigido a Gestores de Cuentas experimentados que deseen optimizar sus márgenes comerciales.

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