

EL ROL ESTRATÉGICO Y TÁCTICO DEL GESTOR DE CLIENTES

GLOBAL_
THINKING
GLOBAL LEADERS_

SEMINARIO PROFESIONAL – 16 h.

FORMATO: Presencial/On-line

ÁREA: Ventas

OBJETIVOS

- » Conocer el Marketing, sus actuaciones en el Canal a través del Trade Manager y del Category Manager con la Gestión de Categorías y el Merchandising como herramientas de negocio y de comunicación en el Punto de Venta.

PROGRAMA - FASES

- » La distribución y el marketing de la distribución (Trade Marketing).
- » Las actuaciones sobre la organización de los distribuidores. Trade Manager y Category Manager.
- » El marketing en los puntos de venta: atracción, rentabilidad y retención de Clientes
- » La gestión de Categorías y el Merchandising.
- » Marketing one to one y la gestión de ventas.
- » Premisas y conceptos clave.
- » Cómo orientar el departamento comercial al one to one.
- » Fidelización: elementos condicionantes. Cómo crear costes de salida en los clientes desde el departamento de ventas.
- » Carterización.

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

- » Directores y Mandos comerciales que deseen integrar las herramientas de Marketing.

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