

GESTIÓN Y OPTIMIZACIÓN DE LA CARTERA DE CLIENTES

GLOBAL_
THINKING
GLOBAL LEADERS_

SEMINARIO PROFESIONAL – 16 h.

FORMATO: Presencial/On-line

ÁREA: Ventas

OBJETIVOS

- » Reflexionar sobre la importancia de la planificación como herramienta de guía y posterior contraste de actuación comercial.
- » Exponer vías de inteligencia de negocio y de gestión de la cartera de clientes que permitan generar conocimiento suficiente para desarrollar una línea de acción comercial consecuyente.
- » Aportar las reflexiones necesarias para poder gestionar la cartera de clientes como un activo estratégico clave consiguiendo un mayor nivel de rentabilidad.

PROGRAMA - FASES

- » Las dos caras de la misma moneda.
- » Proceso de planificación: competencias y peligros.
- » Dependencia e independencia comercial.
- » Análisis de volúmenes.
- » Efecto geométrico de las ventas.
- » Los esfuerzos comerciales.
- » Matriz de esfuerzo.
- » Mutaciones de optimización.
- » Flujos y madurez de carteras.
- » La cartera como población.
- » Las grietas de pérdida.
- » La miopía commercial.

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 Comerciales, Directores de Venta, Responsables de Zona, Mercado y/o Cartera.

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