

VENTAS CONSULTIVAS

RELACIONES RENTABLES CON CLIENTES CLAVE

25 y 27 de julio, 1 y 3 de agosto 2023

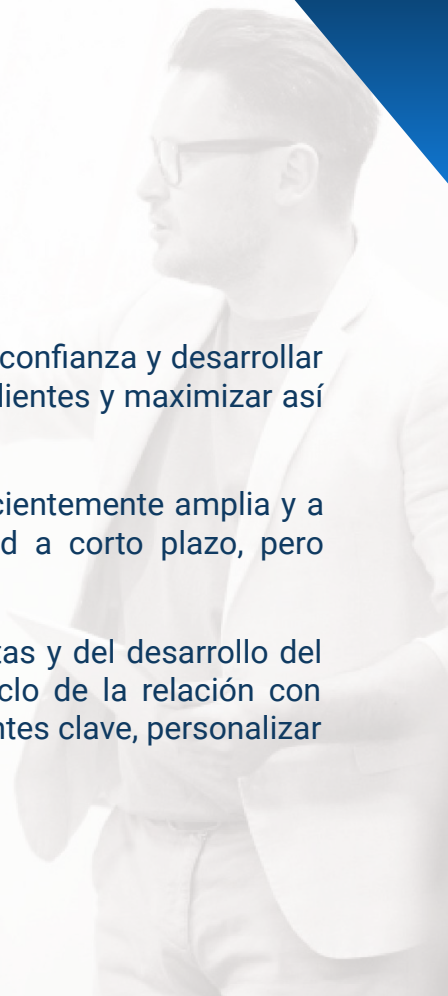
LIVE VIRTUAL ●

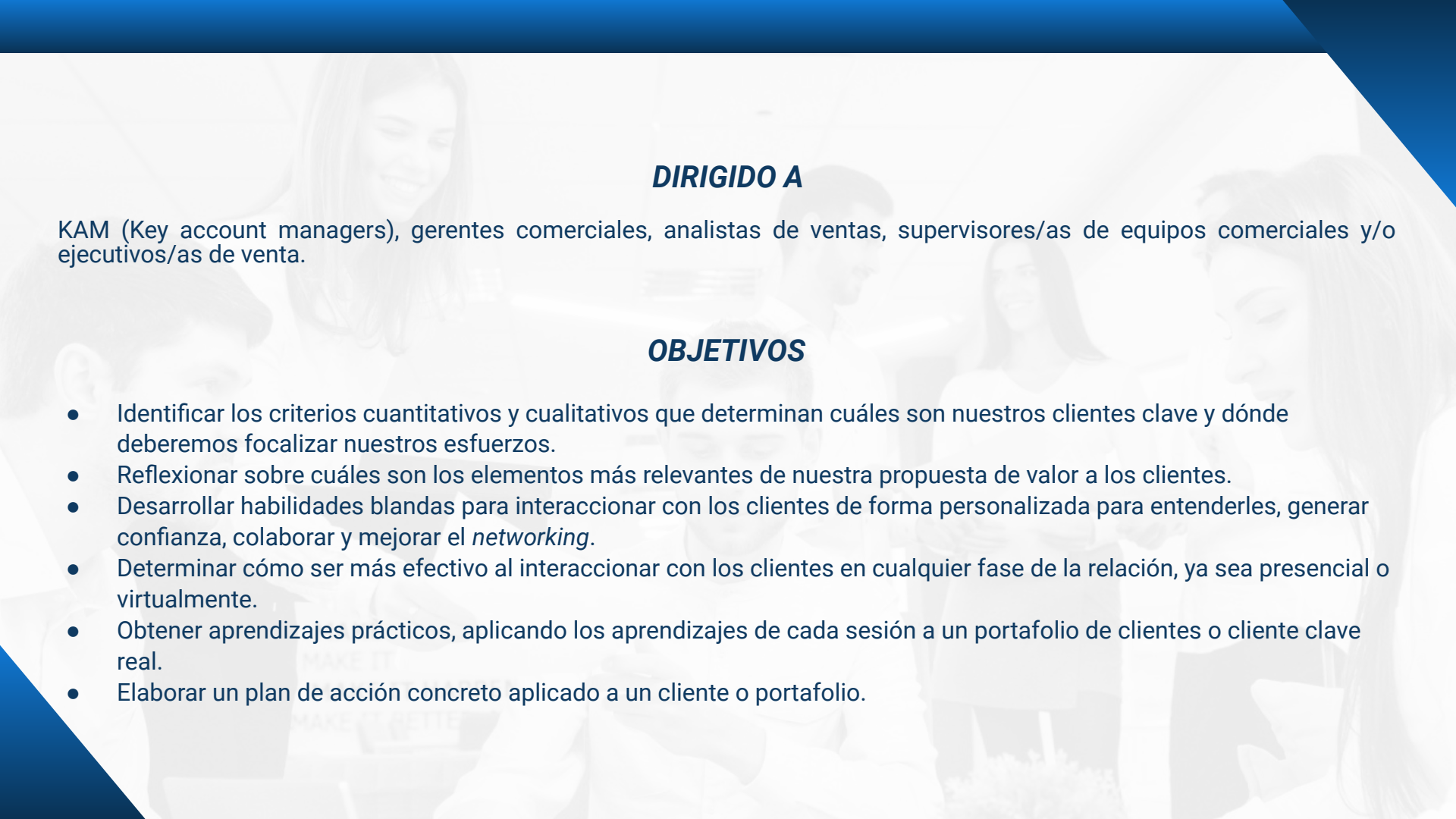
VENTAS CONSULTIVAS

La forma de hacer ventas cambia constantemente y ha sido radical en el último año. Generar confianza y desarrollar soluciones personalizadas se ha vuelto imprescindible para potenciar las relaciones con los clientes y maximizar así la rentabilidad a largo plazo.

En muchas ocasiones, la presión por los resultados no permite tener una perspectiva lo suficientemente amplia y a largo plazo; por lo que el desafío está en identificar acciones que mejoren la efectividad a corto plazo, pero considerando siempre el futuro de la relación.

En este programa combinaremos elementos del marketing relacional, de la dirección de ventas y del desarrollo del liderazgo para mejorar la efectividad y los resultados comerciales a lo largo de todo el ciclo de la relación con nuestros clientes. El programa girará en torno a cuatro conceptos esenciales: priorizar los clientes clave, personalizar la propuesta de valor, alcanzar rentabilidad a largo plazo y generar confianza.





DIRIGIDO A

KAM (Key account managers), gerentes comerciales, analistas de ventas, supervisores/as de equipos comerciales y/o ejecutivos/as de venta.

OBJETIVOS

- Identificar los criterios cuantitativos y cualitativos que determinan cuáles son nuestros clientes clave y dónde deberemos focalizar nuestros esfuerzos.
- Reflexionar sobre cuáles son los elementos más relevantes de nuestra propuesta de valor a los clientes.
- Desarrollar habilidades blandas para interactuar con los clientes de forma personalizada para entenderles, generar confianza, colaborar y mejorar el *networking*.
- Determinar cómo ser más efectivo al interactuar con los clientes en cualquier fase de la relación, ya sea presencial o virtualmente.
- Obtener aprendizajes prácticos, aplicando los aprendizajes de cada sesión a un portafolio de clientes o cliente clave real.
- Elaborar un plan de acción concreto aplicado a un cliente o portafolio.

CONTENIDOS - DÍA 1

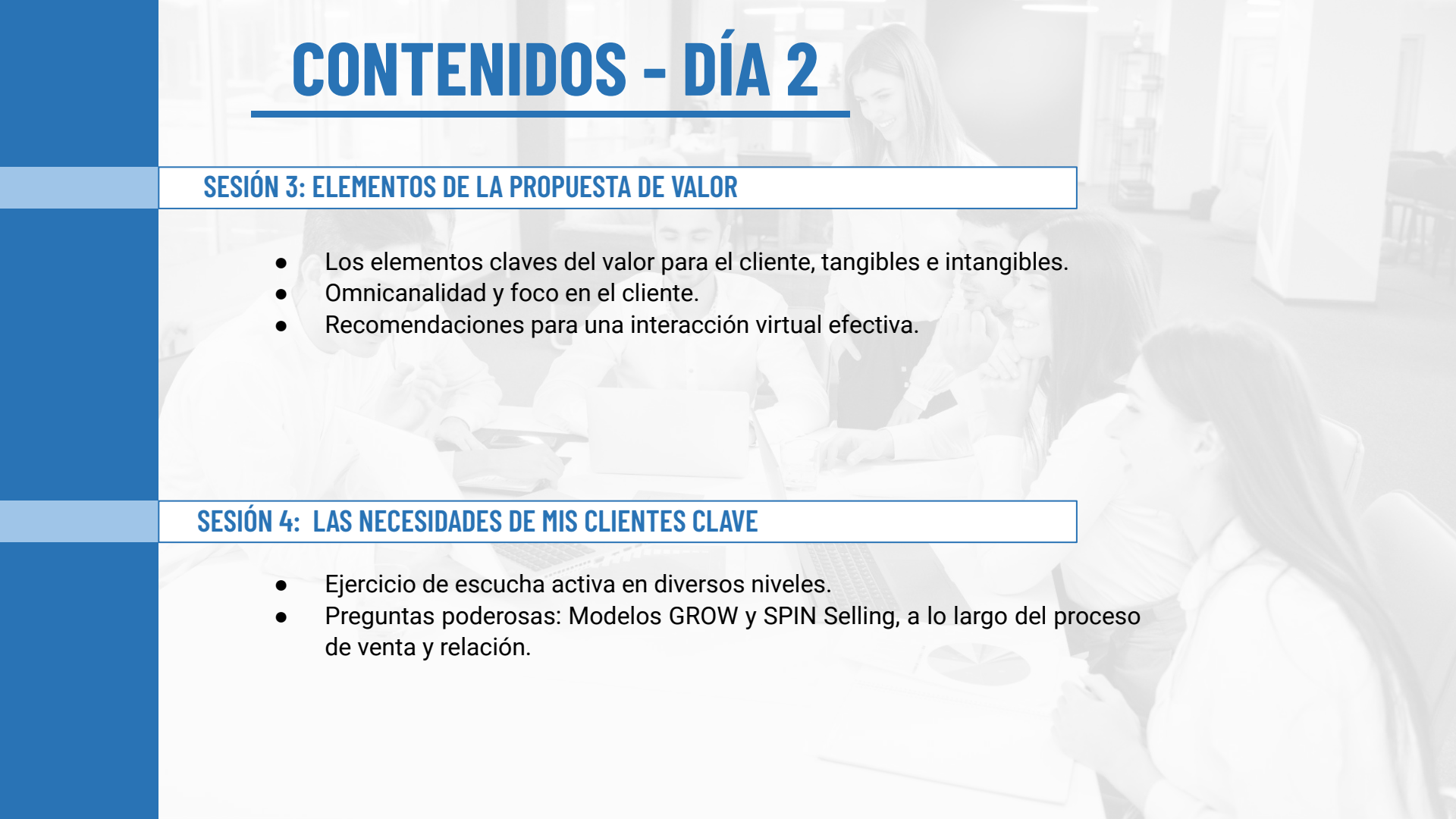
SESIÓN 1: LOS DESAFÍOS ACTUALES EN LAS VENTAS CONSULTIVAS

- ¿Qué desafíos estoy enfrentando como vendedor?
- Formas de medir el éxito.
- Ejercicio portafolio de clientes: los participantes identificarán un cliente clave sobre el cual aplicar los contenidos del programa.
- Principales dilemas organizacionales e individuales en la venta consultiva.

SESIÓN 2: MIS MEJORES CLIENTES: ¿EN QUIÉNES DEBO FOCALIZAR MIS ESFUERZOS?

- Criterios de segmentación y priorización de clientes: identificar nuestros “mejores” clientes actuales o potenciales.
- Crecimiento a largo plazo, rentabilidad a corto plazo y valor de un cliente.
- Captar, desarrollar o fidelizar: ¿qué es mejor?

CONTENIDOS - DÍA 2



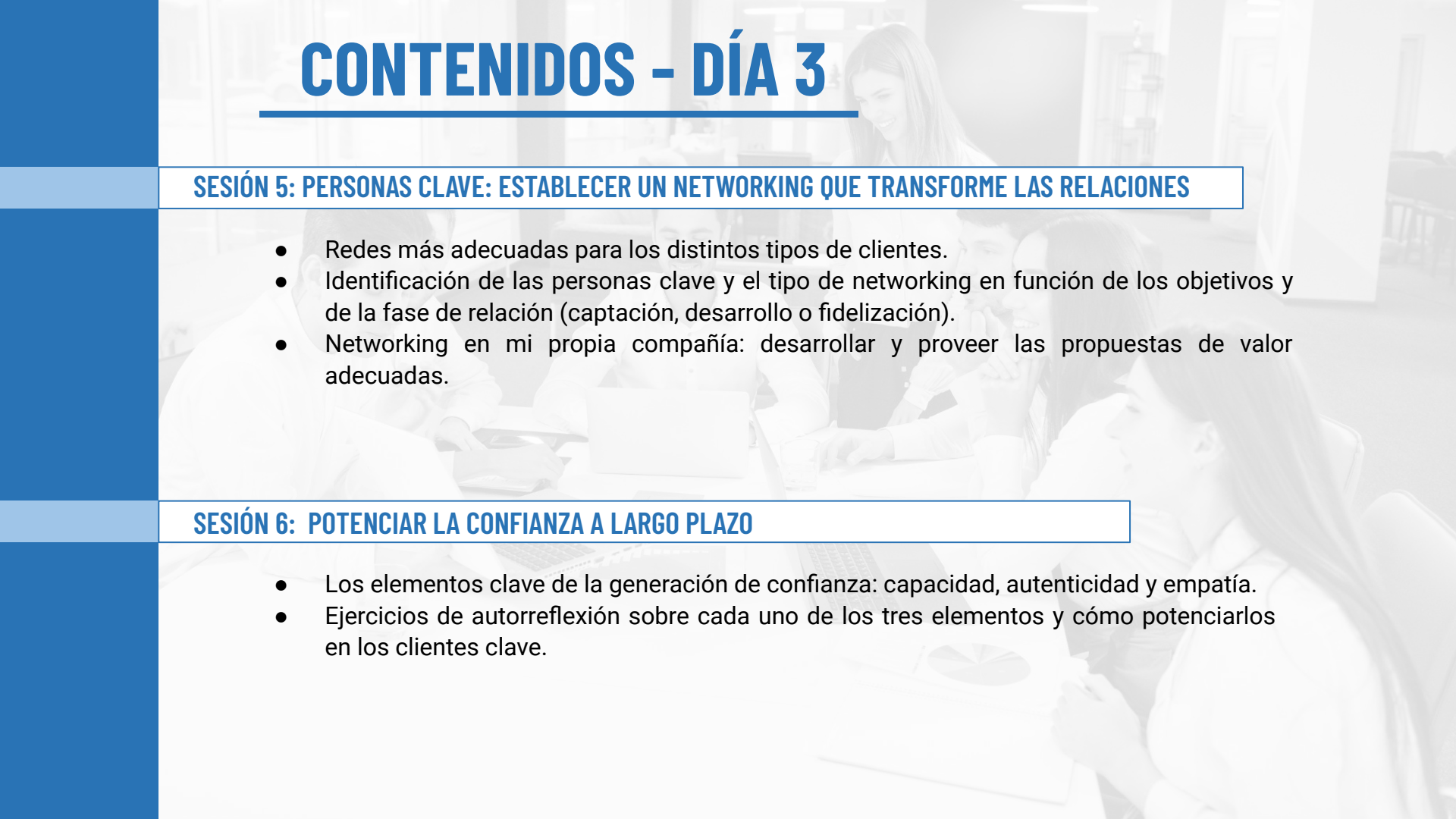
SESIÓN 3: ELEMENTOS DE LA PROPUESTA DE VALOR

- Los elementos claves del valor para el cliente, tangibles e intangibles.
- Omnicanalidad y foco en el cliente.
- Recomendaciones para una interacción virtual efectiva.

SESIÓN 4: LAS NECESIDADES DE MIS CLIENTES CLAVE

- Ejercicio de escucha activa en diversos niveles.
- Preguntas poderosas: Modelos GROW y SPIN Selling, a lo largo del proceso de venta y relación.

CONTENIDOS - DÍA 3

A background image showing a group of business professionals in a meeting. A woman in the foreground is looking at a laptop, while others are visible in the background, some looking at documents and others at each other. The image is faded and serves as a background for the text.

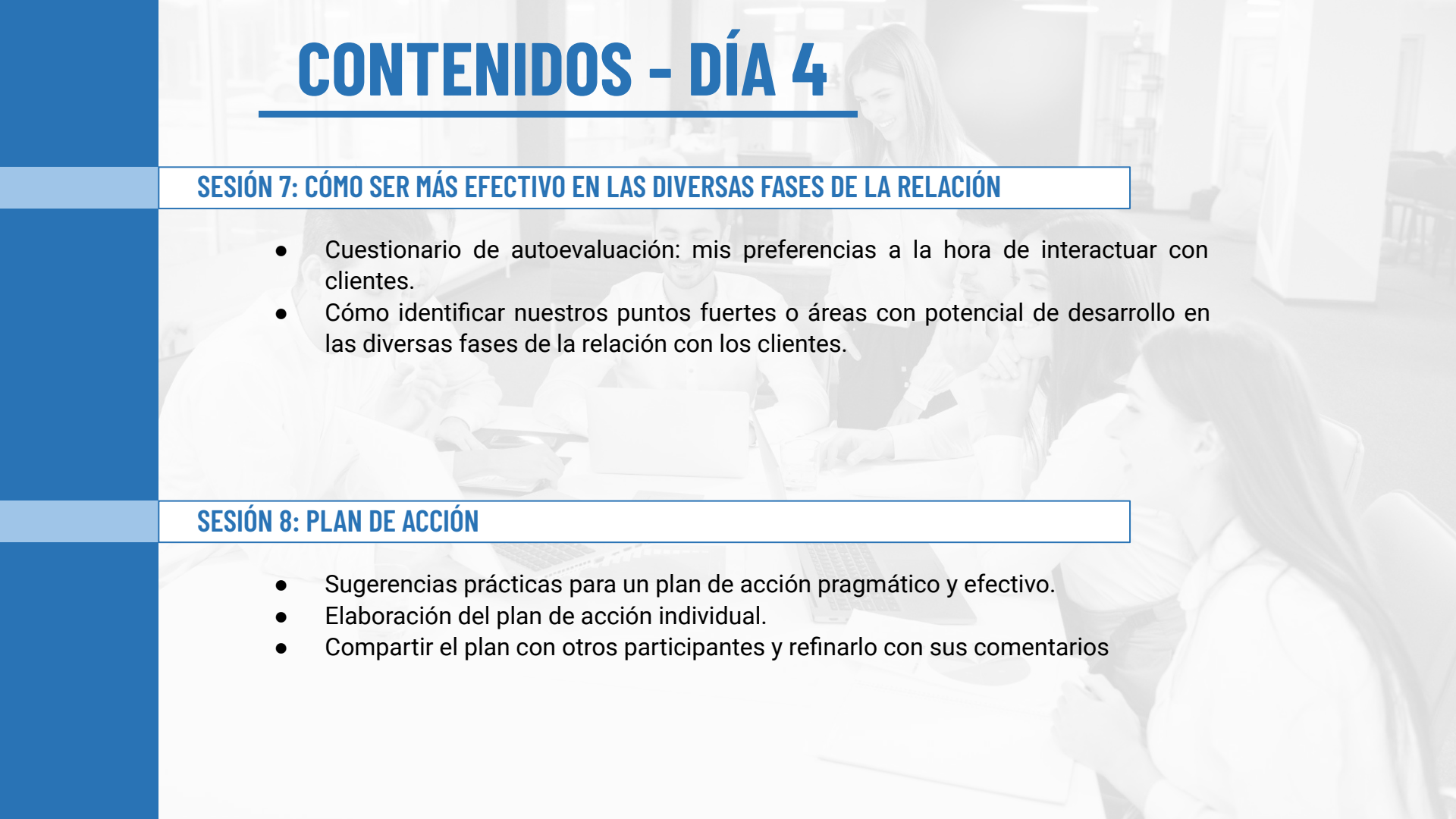
SESIÓN 5: PERSONAS CLAVE: ESTABLECER UN NETWORKING QUE TRANSFORME LAS RELACIONES

- Redes más adecuadas para los distintos tipos de clientes.
- Identificación de las personas clave y el tipo de networking en función de los objetivos y de la fase de relación (captación, desarrollo o fidelización).
- Networking en mi propia compañía: desarrollar y proveer las propuestas de valor adecuadas.

SESIÓN 6: POTENCIAR LA CONFIANZA A LARGO PLAZO

- Los elementos clave de la generación de confianza: capacidad, autenticidad y empatía.
- Ejercicios de autorreflexión sobre cada uno de los tres elementos y cómo potenciarlos en los clientes clave.

CONTENIDOS - DÍA 4



SESIÓN 7: CÓMO SER MÁS EFECTIVO EN LAS DIVERSAS FASES DE LA RELACIÓN

- Cuestionario de autoevaluación: mis preferencias a la hora de interactuar con clientes.
- Cómo identificar nuestros puntos fuertes o áreas con potencial de desarrollo en las diversas fases de la relación con los clientes.

SESIÓN 8: PLAN DE ACCIÓN

- Sugerencias prácticas para un plan de acción pragmático y efectivo.
- Elaboración del plan de acción individual.
- Compartir el plan con otros participantes y refinarlo con sus comentarios

ENRIQUE ÁLVAREZ

Enrique es Doctor en Negocios por la Universidad de Barcelona, habiendo investigado sobre cómo el comportamiento y características de los vendedores influyen sobre sus resultados comerciales.

También es MBA por IESE (Universidad de Navarra) y Licenciado en Ciencias Económicas y Empresariales por la Universidad de Barcelona.

Enrique tiene más de 20 años de experiencia profesional combinando puestos ejecutivos y de consultor para diversas compañías como Ernst & Young, Accenture, Telefónica, Banco Santander, Eli Lilly, Siemens, Alcatel, entre otros, en Europa y América Latina.

Fue Director de Desarrollo de la Fuerza de Ventas de Editorial Planeta Grandes Publicaciones, responsabilizándose por la selección, formación y desarrollo de la red de venta directa líder en España.

Sus áreas de especialización han sido el Marketing Relacional, la Dirección de Fuerzas de Ventas y la Gestión del Cambio, tanto a nivel organizativo como individual. Enrique viene desarrollando su actividad docente en diversas Escuelas de Negocios líderes internacionales desde 2005.



PROGRAMAS IN-COMPANY

Nuestros programas In-Company se adaptan a las necesidades de desarrollo de personas y equipos pertenecientes a todas las áreas funcionales de la organización. Nuestra amplia red de consultores y speakers nos permite diseñar programas flexibles, en formato online y presencial, de acuerdo a las necesidades e intereses particulares de cada organización e industria.



25 y 27 de julio, 1 y 3 de agosto 2023

UF 16

PASE INDIVIDUAL

UF 14,5*

PASE
CORPORATIVO

*PRECIOS exentos de IVA
CONSULTA A TU EJECUTIVA/O DE VENTAS POR BENEFICIOS PARA GRUPOS DE MÁS DE 6 PERSONAS

CORPORATE SPONSOR:



Inspiring Your Full Potential