

FACTORES DE ÉXITO EN GESTIÓN DE GRANDES CUENTAS



Orientado a:

- ✓ Incrementar la eficacia de Equipos Comerciales
- ✓ Construir Equipos Comerciales de alto rendimiento
- ✓ Diseñar Planes de Gestión de Grandes Cuentas con éxito

Foco en:

1. Las claves para implantar con éxito un Plan de Gestión de Grandes Cuentas
2. Las claves para mejorar los resultados en Venta Compleja y Consultiva
3. El Perfil Estratégico de Prácticas en Ventas
4. El *feedback* sobre el Perfil Personal de Prácticas en Ventas- *Sales Performance Assessment*tm
5. Las ventajas y desventajas de las “prácticas” actuales del Equipo Comercial
6. Definición de Objetivos de Logro compartidos
7. Planes personalizados de perfeccionamiento y desarrollo de competencias
8. Apoyo en el proceso de implantación y mejora

Metodología:

Estudio Preliminar

Información y análisis de los aspectos fundamentales de la Estructura Organizativa, las Políticas y los Objetivos estratégicos de la Empresa, para definir con precisión los objetivos del Programa

Método del Caso

Estudio y discusión de casos reales de empresas de éxito reconocido que han implantado Planes de Gestión de Grandes cuentas.

El Método del Caso, dirigido por profesionales de alta cualificación y experiencia, facilita el proceso de aprendizaje y estimula la participación activa de los asistentes al programa.

*Sales Performance Assessment*tm

Técnica validada, fiabilizada y baremada de identificación y análisis de las “prácticas” del Equipo Comercial. El análisis pone de relieve las ventajas y posibles desventajas asociadas a los patrones individuales y grupales de actuación.

Personalización

El diseño del programa responde a las peculiaridades de la Empresa y de los profesionales que configuran su Equipo Comercial.

Seguimiento opcional con un programa de “*coaching*” individualizado o en equipos

En función de los intereses de la empresa, el programa se puede extender con sesiones de acompañamiento individual o en equipos. Esta fase estará sujeta a un presupuesto de honorarios adicional.



Dedicación:

El diseño del programa requiere una dedicación previa de la Dirección de la Empresa para aportar la información necesaria para realizar el Estudio Preliminar y, si así se estimara oportuno, responder a los cuestionarios de *Sales Performance Assessment*tm en su versión *Strategic Directions*.

Los participantes también tienen una dedicación previa de aproximadamente 5 horas para estudiar los casos y responder “on-line” al cuestionario *Sales Performance Assessment*tm, en versión de “auto-percepción”.

Las sesiones grupales suponen 12 horas lectivas

El apoyo en la implantación y seguimiento de Planes de Acción mediante sesiones de “coaching” individual o en equipo no está cuantificado

Contenidos:

▶ Gestión de Grandes Cuentas

- ▶ Factores que aconsejan la implantación de un Plan de Gestión de Grandes Cuentas
- ▶ Decisiones de diseño y estrategia de implantación
- ▶ Adecuación de la Organización Comercial
- ▶ Condiciones para implantarla con éxito

▶ El proceso de la Venta

- ▶ El proceso de Ventas frente al proceso de Compras
- ▶ El Cliente: Por qué y Cómo compra.
- ▶ Ventas complejas y Venta consultiva

▶ *Sales Performance Assessment*tm

- ▶ Los comportamientos y su impacto en la eficacia personal en Ventas
- ▶ *Feedback* sobre el Perfil Personal de Ventas
- ▶ Las mejores prácticas en Ventas acordes con los Valores y los Objetivos de la Empresa

▶ El Perfil Estratégico de Ventas

- ▶ Patrones de actuación más frecuentes del Equipo Comercial de la Empresa: ventajas y desventajas
- ▶ Puntos fuertes y áreas de mejora del Equipo Comercial de la Empresa
- ▶ Prácticas comerciales para superar los retos y alcanzar los objetivos: El Perfil Estratégico de Ventas

▶ Pasar a la Acción: Plan Personal de Desarrollo

- ▶ Enfoque personal de la relación comercial con Grandes Cuentas: puntos fuertes y oportunidades de mejora
- ▶ Cómo definir y llevar a término un Plan de Acción
- ▶ Entrevista personal de contraste del Plan Personal de Desarrollo