

VENDER CON ÉXITO A CUENTAS CLAVE

Barcelona, 14 de octubre de 2010 / Madrid, 28 de octubre de 2010

Programa:

1. La estrategia comercial para 2010.

La necesidad de responder a una etapa de crisis prolongada con un planteamiento comercial que combine en el mercado movimientos defensivos y ofensivos. El énfasis en la fidelización para proteger la cuota de mercado. Otros movimientos de desarrollo de producto y desarrollo de mercado.

2. Herramientas para la fidelización de clientes en la venta industrial.

Las claves del comportamiento del comprador industrial en épocas de crisis. El proceso de toma de decisiones del comprador. Los interlocutores en la venta industrial y su relación con los beneficios ofertados por la empresa. El concepto de valor para el cliente y la venta de soluciones como elemento vertebral de la fidelización. La propuesta de valor para el cliente.

3. El proceso de seguimiento de ofertas.

Revisión del proceso para la clasificación de la calidad de las ofertas y definición de criterios para organizar su seguimiento. Ofertas de tipo "recompra". Ofertas de tipo "reemplazo". Ofertas de tipo "expansión". Ofertas de tipo "innovación".

4. Técnicas para el cierre de la venta.

Cronología del cierre de una venta. Los momentos idóneos para propiciar el cierre. A qué personas conviene influir dentro de la organización del cliente para obtener el cierre. Cómo atender a las señales positivas y negativas del cliente. Dar seguridad al cliente. Evitar la sobreargumentación. Qué hacer si no se logra rematar la venta.

5. Plan de acción y conclusiones de la sesión.

Desarrollo de un plan de acción para mejorar el seguimiento de las ofertas y aumentar los ratios de eficacia en el cierre de la venta. Conclusiones de la sesión.

Objetivos:

El objetivo nuclear de este programa es preparar a los técnicos comerciales para acometer con éxito un nuevo proceso de ventas enfocado intensamente en la prosperidad de los clientes clave, que denominamos "VENDER CREANDO VALOR AL CLIENTE".

A lo largo del programa, los participantes aprenderán a:

- ✓ Cambiar su papel de "solistas" que actúan por su cuenta, al de líderes de equipo que coordinan a grupos internos de expertos de departamentos como Finanzas, Jurídico, Ingeniería o Producción.
- ✓ Investigar sobre el negocio del CLIENTE, incluyendo sus segmentos de mercado, las tendencias de su sector, y su estrategia competitiva, y a desarrollar nuevos contactos dentro de la empresa del cliente más allá de sus interlocutores habituales, de forma que pueda captar y recopilar la información mencionada.
- ✓ Reconvertir su trabajo hacia el diagnóstico de problemas del cliente y hacia la búsqueda de soluciones, dominando nuevos instrumentos como la PROPUESTA DE VALOR PARA EL CLIENTE y el PLAN DE VALOR DE LA CUENTA.
- ✓ Transformar su trabajo de ventas en una pequeña dirección general, con las responsabilidades que lleva asociadas este puesto en términos de toma de decisiones, análisis estratégico, liderazgo, y rendimiento de la cuenta de explotación.

Profesor:

Santiago Palom Rico

Director General de Grupo ODE

MBA por el IESE. Licenciado en Ciencias Físicas (UB). Se formó en los principios y la práctica del Management con el Dr. Peter F. Drucker, creador de la ciencia moderna del Management, y completó su formación en la HARVARD BUSINESS SCHOOL (Boston) en las áreas de Estrategia, Marketing y Recursos Humanos, así como en la CEIBS (Shanghai) en el área de la internacionalización.

Tiene 20 años de experiencia como consultor y formador en áreas como la dirección estratégica, habilidades directivas, gestión de la innovación, marketing, calidad de servicio y fidelización de clientes.

Actualmente, dirige proyectos relacionados con la estrategia y el marketing: planes estratégicos, planes de marketing, implantación de modelos de gestión como el "Balanced Scorecard" o cuadro de mando integral, implantación de sistemas de dirección por objetivos, así como otros proyectos que conllevan la búsqueda de nuevas formulaciones estratégicas para la empresa que le permitan obtener y mantener un rendimiento superior (fusiones, adquisiciones, etc.).

Fecha y lugar de celebración:

Barcelona, 14 de octubre de 2010

Sala de Seminarios ODE, Casp, 58 pral.— Barcelona

Horario: De 9:30 a 19:00 h. (duración total: 8 horas)

Madrid, 28 de octubre de 2010

Sala UNICENTRO, Pº de la Habana, 9-11.— Madrid

Horario: De 9:30 a 19:00 h. (duración total: 8 horas)

Cuota de inscripción y Ayudas a la Formación:

Cuota General: 385 € + 16% IVA – Clientes Grupo ODE: 345 € + 16% IVA
Descuento del 10% en inscripciones adicionales. En el importe del curso se incluye: la documentación y material, almuerzo, cafés en las pausas y Certificado de Asistencia. **Ayudas a la Formación:** Su empresa puede beneficiarse de una bonificación de 104 €/asistente, gracias a las ayudas gestionadas por Fundación Tripartita para la Formación en el Empleo. Llámenos y le informaremos.

Solicitud de información e inscripciones:
Telf. 933 010 162 (Mª Teresa Ubach)
Fax: 933 013 141- e-mail: mtubach@ode.es