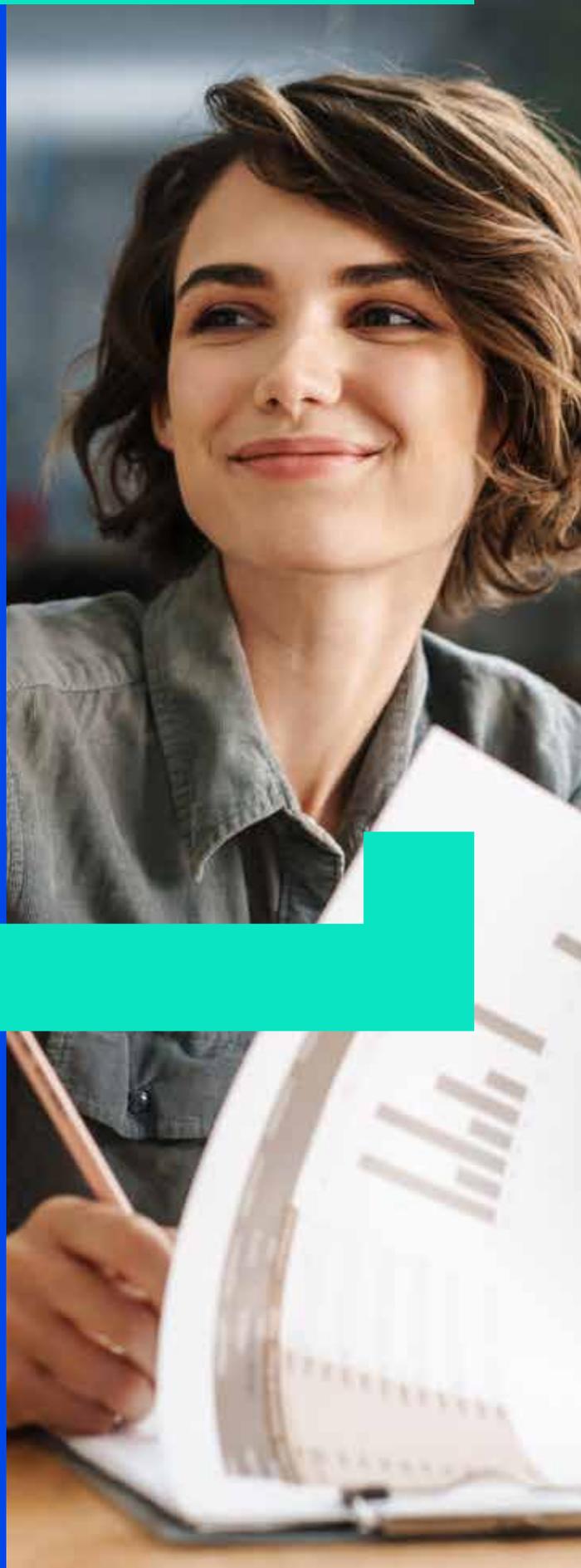


CURSO ESPECIALIZADO EN
**KEY ACCOUNT
MANAGER**
[CEKAM]



+ 55 años

formando profesionales globales en marketing, management y tecnología

Fundada en 1965 con la misión de formar profesionales que den respuesta a las necesidades cambiantes de la Empresa y la Sociedad desde un punto de vista ético. Nuestra alta vinculación con el entorno empresarial nos ha facilitado enlazar docencia y realidad empresarial, dotando a todos los programas de la flexibilidad que permite al alumnado salir de nuestras aulas realmente capacitado para enfrentarse a los retos actuales de organizaciones modernas con posibilidades reales de éxito, siendo además motores de cambio en las mismas.

Son más de cinco décadas en las que hemos generado programas innovadores impartidos por un profesorado cualificado de excelente perfil académico, probada experiencia docente y reconocida trayectoria profesional. Además, promovemos un elevado número de actividades donde contamos con la presencia de relevantes miembros de la empresa: conferencias, foros, masterclass, practice days, etc.



+62.000
Antiguos
alumnos



11 Campus en España
y alianzas estratégicas
en 5 continentes



Acuerdos con
+125 universidades



Primeras posiciones
en rankings
empresariales

La calidad de nuestros programas está avalada por acreditaciones y certificaciones nacionales e internacionales:



Rankings y Reconocimientos

[Posicionados entre los mejores]

Importantes medios de comunicación nacionales e internacionales, así como otras instituciones de prestigio, han reconocido la calidad de los programas de ESIC, premiando su liderazgo y situándolo en las primeras posiciones de múltiples rankings.

Forbes

1	1	1	1
España Nuevos graduados y jóvenes profesionales	España Directivos de alto nivel	España MBA	España Programas Executive

ELMUNDO

1	1	3	4
España Marketing	España Comercio Exterior	España Recursos Humanos	España Comunicación Corporativa

Bloomberg Businessweek

23
Europa Escuela de Negocios



12	34	34	34	50	51	64	51	40	87
Europa Logística	Europa Executive MBA	Europa Business Analytics	Europa Marketing	Europa Management	Europa MBA	Europa Finanzas	Global MBA especialidad en Marketing	Global Escuela de Negocios	Global Escuela de Negocios



5	19	37	41	47	49	85
Global Mayor selección de programas en áreas de Marketing, Tecnología y Ventas	Global Escuela de Negocios	Global Executive MBA	Global Management	Global Marketing	Global Finanzas	Global Escuela de Negocios



4	24	30	41	1	5	5
Global Finanzas	Global MBA	Global Escuela de Negocios	Global Executive MBA	Ibero América Marketing Digital Online	Ibero América Centro de Formación Online	Ibero América Innovación Digital



2	2	2	57
España Empresa con mayor reputación en el Sector Formación	España Universidad y Escuela de Negocios con mayor capacidad para atraer y retener talento	España Universidad y Escuela de Negocios en Responsabilidad y Gobierno Corporativo	España Eduardo Gómez Martín, Director General de ESIC, Líder de empresa

CURSO ESPECIALIZADO EN

KEY ACCOUNT MANAGER [CEKAM]

¿POR QUÉ KEY ACCOUNT MANAGEMENT?

La Gestión de Cuentas Clave se basa en decisiones estratégicas y la concreción de planes de acción. El desempeño profesional del Key Account Manager lleva aparejado el conocimiento profundo del modelo de negocio y la cadena de valor de sus cuentas clave, elementos imprescindibles para construir sólidas relaciones con los principales clientes.

Este hecho implica la necesidad de alinear el enfoque y los recursos de la organización en el marco de un plan de cuentas que impulse la entrega de valor y la plena capacidad para satisfacer requerimientos y expectativas de los clientes.

DIRIGIDO A

Está dirigido a profesionales con cierta trayectoria profesional, que tengan una expectativa de desarrollo relacionado a:

- > Key Account Managers.
- > Directores Comerciales.
- > Account Managers.
- > Gestores Comerciales.
- > Profesionales con funciones sobre desarrollo de negocio y gestión de clientes, Customer Management, responsables Servicios Postventa, etc. en diferentes sectores de actividad.
- > Responsables de servicios postventa y atención al cliente.
- > Profesionales con funciones sobre desarrollo de negocio y gestión de clientes en diferentes sectores de actividad.



COMPETENCIAS PERSONALES

Analizar la potencialidad y oportunidades de sus carteras de clientes y gestionar sus cuentas clave a través de la elaboración de planes de cuenta.

METODOLOGÍA

Gracias a esta metodología se mejora la experiencia del alumno y se asegura el cumplimiento de los objetivos de aprendizaje, empleando diversos recursos y herramientas.

- Aula Virtual
- Clases presenciales
- Documentaciones digitales
- Flipped classroom
- Herramientas de comunicación digital
- Recursos multimedia

Este tipo de capacitación nos permite emplear nuevos modelos pedagógicos que permiten una mayor flexibilidad, ayudando así a la conciliación de la vida personal y profesional.

¿POR QUÉ CEKAM?

OBJETIVOS:



Poner en valor la relevancia de las Cuentas Clave en la empresa reduciendo así la dependencia de la relación ocasional y esporádica con otras cuentas.



Activar el pensamiento directivo a través de los factores críticos establecidos, desde el proceso de análisis hasta la posterior selección de estrategias comerciales del Key Account Manager.



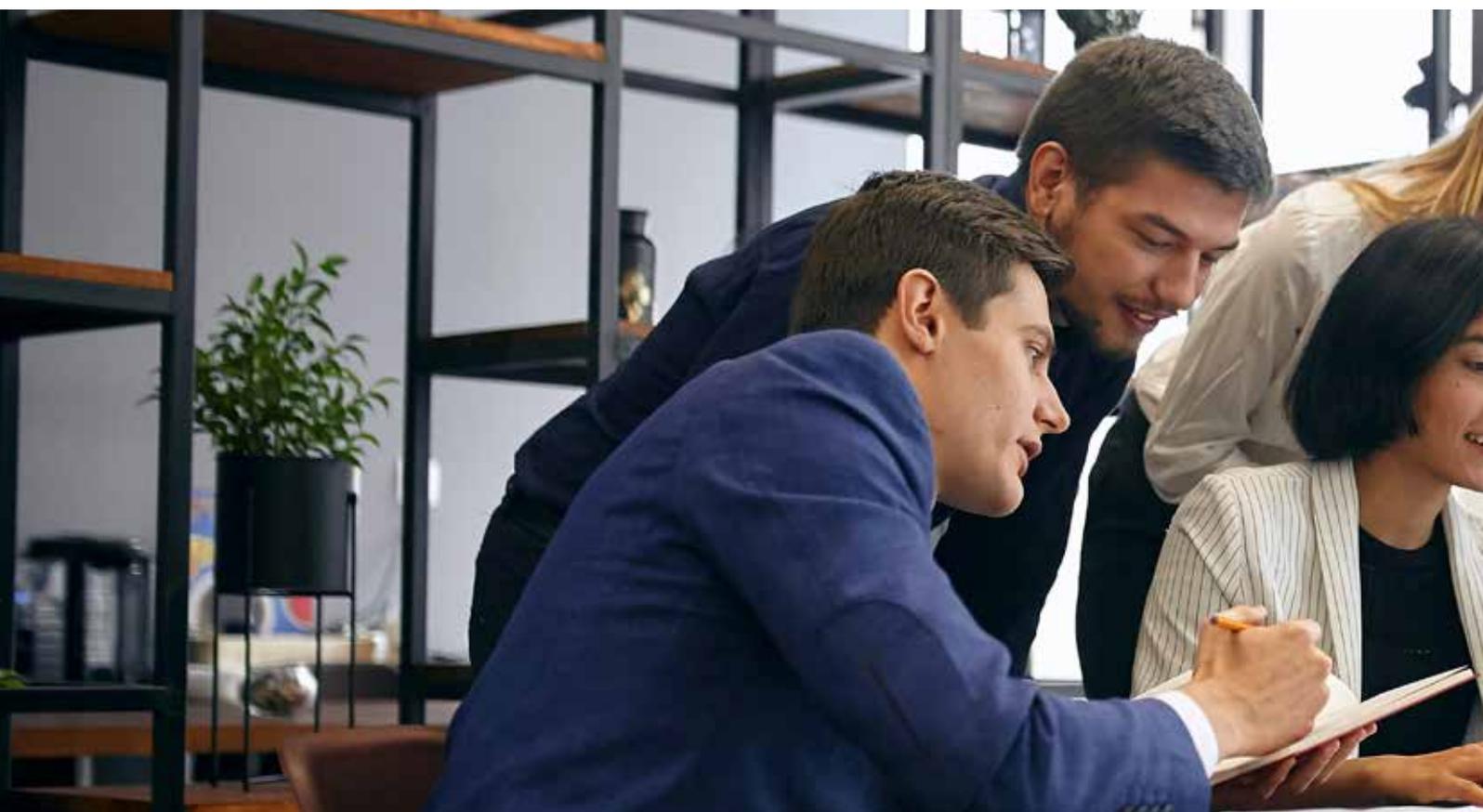
Reflexionar sobre los conceptos de estrategia y táctica comerciales aplicables a la Gestión de Cuentas Clave dentro del desarrollo de un proceso de Planificación de Cuentas.



Abordar los desafíos relacionados con la omnicanalidad y el social selling, y analizar las tendencias de comportamiento de los clientes en el entorno de un nuevo ecosistema de transformación digital.



Obtener el máximo rendimiento sobre experiencias prácticas y reales en la gestión de cuentas clave, con el objeto de promover planes de mejora personal en la gestión de cuentas estratégicas para una unidad de negocio.



FACTORES DIFERENCIALES:



COMPETENCIAS ESTRATÉGICAS Y DIRECTIVAS

En la gestión de Cuentas Clave.



VISIÓN 360°

Integrando el entorno digital y las tecnologías como competencias clave que demanda el mercado B2B y B2C.



HERRAMIENTAS DE ANÁLISIS

Para la toma de decisiones comerciales y financieras en la gestión de carteras y de cuentas clave.



METODOLOGÍAS DE APLICACIÓN INMEDIATA

para la optimización y fidelización de clientes a través de una buena ejecución comercial.



CRITERIOS PROCEDIMENTALES OPERATIVOS

Con un enfoque claramente planificado que maximice la rentabilidad a corto plazo y el desarrollo sostenible de la empresa a medio y largo plazo.



ESTRUCTURA ACADÉMICA

Los módulos formativos desarrollan las competencias esenciales, genéricas y comunes, y profundizan sobre las competencias específicas, especializadas y propias de una función o posición concreta.

1 KEY ACCOUNT MANAGEMENT MINDSET: OMNISCANALIDAD Y SOCIAL SELLING

- > Particularidades y casuística de las Cuentas Clave: análisis de su Cadena de Valor.
- > Competencias clave del Key Account Manager: puntos críticos.
- > Metodología para la elaboración de un Plan de Cuenta: Modelo KAM MANAGER.
 - Estructura Organizativa y Mapa de la Cuenta Clave.
 - Herramientas de análisis interno y externo: factores críticos de éxito.
 - Análisis de la situación competitiva y enfoque estratégico.
 - Modelo de Gobierno para la gestión integrada con la Cuenta Clave.
- > Omniscanalidad y Social Selling: ¿el final de la "puerta fría"?
- > Cómo definir nuestro pitch de ventas: matriz de contenidos.
- > Iniciar conversaciones digitales: pautas para lograr calidad y efectividad en la comunicación.
- > Generar predisposición a través del uso eficiente de la información.

2 ESTRATEGIA Y VISIÓN 360° DE CARTERA/CLIENTE

- > Paradigmas comerciales.
- > Herramientas de análisis de la posición competitiva de la cartera.
- > De la venta por volumen a la venta de valor.
- > Estructura y valor por canales.
- > Cuadro de Mando de efectividad comercial del KAM.
- > Principales KPI's.



3 MÉTRICAS FINANCIERAS Y COMERCIALES

- > Planificación financiera: requisitos fundamentales en el escenario de clientes corporativos.
- > Cuenta de Resultados y Balance: implicación de las decisiones.
- > Valoraciones de las grandes cuentas:
 - Necesidades de financiación.
 - Cash Flow.
 - Análisis de sensibilidad.

4 GESTIÓN DE RELACIONES CON CLIENTES (GRC): MOMENTOS DE LA VERDAD

- > Itinerario de relación con el cliente.
- > El proceso de venta: objetivos y competencias por fase de interacción.
- > De la estrategia a la acción: modelo relacional.
- > Esfuerzos asignados a la cuenta.
- > Estructura del Plan de Negocio para la Cuenta Clave.
- > Evidencia y desarrollo de oportunidades.
- > Réplicas del cliente.
- > El enfoque de gestión.

5 NEGOCIACIÓN OMNICHANNEL IN&OUT

- > La negociación con proceso in&out: roles y competencias.
- > Metodología efectiva en la negociación con clientes estratégicos.
- > El punto de partida: la eficacia de la venta consultiva del KAM.
- > La Propuesta de Valor Prometedora (PVP).
- > Reglas de Intercambios: casuística y especificidades con Cuentas Clave.
- > Cierre y seguimiento de acuerdos comerciales.







BILBAO

+34 94 470 24 86

formacion@camarabilbao.com

MADRID

+34 91 452 41 00

info.madrid@esic.edu

VALENCIA

+34 96 361 48 11

info.valencia@esic.edu

ZARAGOZA

+34 97 635 07 14

info.zaragoza@esic.edu

FEBRERO 2022