

## **Clientes de alto valor: Captarlos, vincularlos y fidelizarlos - ONLINE**

**Fechas:** Días 24 y 30 de septiembre

**Horario:** 9:30-13:30

**Duración:** 8 horas

**Lugar:** Formación online

**INSCRIPCIÓN**

Dominar el cara a cara con el cliente y lograr vender: este es el resto de muchos profesionales que en su día a día se enfrentan a clientes difíciles. Este programa mejora el impacto comercial de cada asistente en situación real de venta. Y además descubre un método claro para la detección de momentos de, identificación de clientes de alto valor, planeación de la entrevista, y aplicación de un estilo comercial apropiado para cada tipo de cliente.

### **Objetivo**

Mejorar la capacidad de atención, negociación y gestión de grandes cuentas a través de un diagnóstico de puntos fuertes y débiles.

- Establecer un plan de acción y mejora de la acción comercial mediante la asignación de objetivos alcanzables, medibles y controlables en el tiempo.
- Ser capaces de operativizar un conjunto de decisiones dirigidas a incrementar el volumen de negocio y el ratio de beneficio empresarial por cliente.

### **Metodología**

El curso se impartirá a través de una herramienta colaborativa que permitirá la interacción y participación de todos/as los alumnos/as durante la formación. Únicamente necesitarás disponer de un ordenador con conexión a internet.

### **Programa**

#### **Módulo 1. INTRODUCCIÓN. EL VALOR DEL CLIENTE**

Caso práctico 1: Cuestionario de diagnóstico sobre el nivel de orientación al cliente de las empresas asistentes y sus estructuras de ventas hacia aquellos clientes de “alto valor”. Conclusiones e ideas de mejora para una reflexión inicial DAFO.

#### **Módulo 2. ¿QUÉ SEGMENTACIÓN CONVIENE PARA OPTIMIZAR LA LABOR DE VENTA?**

- Definición de criterios básicos de segmentación
- Cómo calcular el valor de cada tipo de cliente.
- Tasa de fidelidad, tasa de deserción y esperanza de vida del cliente.
- La pirámide de clientes como herramienta de gestión en el canal.
- Máximas aplicables a la gestión de cartera y de grandes cuentas.
- Plan de captación, fidelización, escalado y retención.
- La base de datos como fondo de comercio.

## **Módulo 3. VENTA CONSULTIVA Y COMPORTAMIENTO DE COMPRA DE CLIENTES CLAVE.**

- Caracterización del cliente de alto valor.
- Definir los clientes con capacidad de escalar.
- Pasos y técnica de venta consultiva vs. venta desafiante vs. Replicante.

## **Módulo 4. INVERSIÓN ÓPTIMA PARA CAPTAR Y VINCULAR CLIENTES**

- Dimensionamiento de recursos.
- Nº de visitas/ contactos óptimos.
- Establecimiento de sistemas de visita, circuito y ruta.
- El famoso “problema del viajante”.
- Racionalización de tiempos y recursos.

Caso práctico 2: Consecuencias y cálculo del coste de las deserciones.

## **Módulo 5. DEFINICIÓN Y CONTROL DE OBJETIVOS POR SEGMENTOS**

- Métrica comercial
- Objetivos ESMART.
- De comunicación.
- De cierre de ventas.
- De notoriedad.
- De posicionamiento.
- De escalado.
- De facturación.
- De margen.
- De fidelización

## **Módulo 6. LA SATISFACCIÓN Y VINCULACIÓN DEL CLIENTE**

- Elementos clave para la satisfacción del cliente de alto valor.
- La insatisfacción como oportunidad de negocio.
- Áreas de apalancamiento.
- Detección de expectativas y claves para la vinculación.
- Diferenciación a través del servicio y la especialización.
- Procedimientos de tratamiento de clientes descontentos.

Caso práctico3: Consecuencias y cálculo del coste de las deserciones.

## Módulo 7. - PLAN DE ACCIÓN

A través de un check list, cada empresa realizará una evaluación de su modo de trabajo con el fin de:

Detectar áreas de mejora y definir objetivos inmediatos.

Poner en marcha un breve plan de acción y definir objetivos en el tiempo, priorizando y canalizando recursos hacia aquellos clientes de alto perfil e interés comercial.

## Ponente

### Javier Moreno

Licenciado en Ciencias de la Comunicación .Publicista. Master M.B.A. en Administración de Empresas. Master en Dirección de Comercio Internacional. Experto en Desarrollo Personal y Liderazgo de equipos. Practitioner PNL. Ha desempeñado su labor en el área de consultoría de marketing, y puestos directivos en departamentos comerciales y gerencia. Director de DEKER. Consultores de Marketing.

## Otros datos relevantes

- **Fechas y duración**

- Días 24 y 30 de septiembre de 2020. De 9.30 a 13.30 horas.

- **Precio**

- 170 euros

Descuento de un 10% para las terceras y sucesivas inscripciones.  
(Se retendrá el 100% del curso una vez que se haya confirmado).

### FUNDAE

Las inscripciones podrán bonificarse parcialmente en las cuotas de la Seguridad Social a través de la encomienda de gestión a Cámara de Gipuzkoa.

## Información

943 000284

[formaciononline@camaragipuzkoa.com](mailto:formaciononline@camaragipuzkoa.com)

%MCEPASTEBIN%