



Presencial o videoconferencia

Plan de captación de clientes industriales

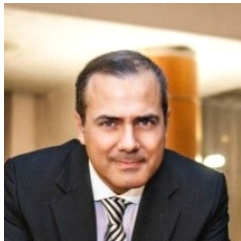
16, 23 y 30 de noviembre de 2022, miércoles

Inscríbete

Profesor

Javier Moreno Oto

Representante en exclusiva de la metodología SPQ para España. Director de DEKER Consultores de Marketing. A lo largo de su trayectoria profesional ha ocupado puestos de dirección comercial en empresas del ámbito de la distribución comercial, la consultoría, la investigación de mercados y la compra-venta. Durante los últimos 20 años ha combinado su carrera profesional con su actividad como conferenciante y docente a más de 50.000 profesionales y directivos en el área de ventas, habilidades comerciales y comunicación interpersonal. Es además colaborador y ponente habitual en multitud de cámaras de comercio, empresas e instituciones de primer nivel nacional e internacional en países como Alemania, Italia, Reino Unido, Islandia o Estados Unidos.



Es licenciado en Ciencias de la Comunicación con especialidad en Publicidad por la Universidad del País Vasco. MBA en Administración y Dirección de Empresas, Máster en Dirección de Comercio Internacional. Título Experto en Desarrollo Personal y Liderazgo de Equipos. Diploma avanzado en Coaching de Equipos. Experto en selección de personas y desarrollo de competencias comerciales. Miembro de AMA – American Marketing Association, ESOMAR – European Society for Opinion and Market Research, AEDEMO – Asociación Española de Estudios de Mercado Marketing y Opinión y miembro fundador del Consorcio de Inteligencia Emocional. Consultor certificado en metodología de roles de equipo. Coach de equipos comerciales. Director de DEKER Consultores de Marketing.

Fechas: 16, 23 y 30 de noviembre, miércoles

Sesiones: 3

Horario: de 9:00 a 15:00 h.

Duración: 18 horas

Lugar:

Puedes elegir en qué modalidad prefieres asistir:

- En remoto, a través de nuestra aula virtual, utilizando la herramienta Zoom.
(Podrás seguir la clase en remoto y realizar al personal docente las consultas que tengas por audio).
- Presencial: en nuestras instalaciones del Club de Marketing de Navarra.

Toda empresa debe conseguir clientes/as, pero además, los esfuerzos comerciales dirigidos a estas personas clave generan retornos de magnitud muy superior a otros esfuerzos no específicos, y es que vender mejor conlleva frecuentemente, vender menos pero incrementar los márgenes y tratar con los

clientes/as adecuados.

Por ello es necesario incrementar el número de acciones de contacto con la persona compradora, calcular su dimensión futura, identificar expectativas y desarrollar acciones selectivas que aprovechen y retengan a estos consumidores/as a lo largo del tiempo.

Este curso presenta de un modo coherente e integrador las herramientas comerciales y de marketing necesarias para captar más negocio en menos tiempo. Todo ello mediante soluciones probadas que integran el análisis del consumidor/a, las técnicas de prospección sistemática del mercado y la mejora de la efectividad del equipo de ventas.

PROGRAMA

Módulo 1. La ecuación de ventas y el plan de captación de clientes/as

1. La ecuación de ventas y su incidencia en nuestro plan de acción.
2. ¿Por qué no estamos vendiendo más? Los mejores equipos se comportan diferente.
3. Cuestionario de diagnóstico sobre acción comercial y orientación al cliente/a.
4. Nuestra acción comercial: cantidad vs calidad.
5. Introducción al programa de captación.

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/a.
- Tasa de fidelidad, tasa de deserción y esperanza de vida del o de la cliente/a.
- La pirámide de clientes/as 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. La prospección del mercado y la captación sistemática de clientes/as

- Investigar el mercado vs. prospectar el mercado.
- Top Performers: El factor humano en la captación de clientes/as.
- Dimensionamiento del mercado por tipos de clientes/as.
- ¿Dónde están nuestros clientes? Geolocalización de clientes/as.
- Técnicas y claves de prospección: que hemos aprendido tras cientos de proyectos.
- Herramientas on – off: omnicanalidad.
- Ejecución del plan de prospección: de comienzo a fin.

Módulo 4. Inversión óptima para captar y vincular clientes/as.

- Caracterización y captación de clientes/as de alto valor.
- Definir los/as clientes/as con capacidad de escalar.
- Pasos y técnica de venta consultiva vs. venta desafiante vs. replicante.
- 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.
- Los 6 estilos de compra del o de la cliente/a.

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

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
- Otros...

Módulo 6. Plan de acción inmediatamente posterior

- A través de un check list y un conjunto de plantillas de gran utilidad operativa.

INFORMACIÓN GENERAL

Objetivos:

- Captar un 30% más de público a la vez que se aplican criterios de eficiencia comercial y mejora de la rentabilidad.
- Vender más y mejor. Potenciar la capacidad comercial de las personas involucradas de forma directa o indirecta en el proceso comercial.
- Elevar el nivel de motivación actual, aumentando la fortaleza mental de las personas participantes, ante el propio desgaste que su pone la actividad comercial diaria.
- Profesionalizar la labor de prospección y mejorar la efectividad de las personas, las técnicas y los procedimientos mediante el trabajo en equipo.
- Mejorar las competencias comerciales y transversales, alcanzando así un equipo más sólido, eficaz en la tarea, cuidadoso con la persona, y perfectamente orientado al objetivo.
- Aplicar un enfoque científico a la actual gestión integral de clientes/as y equipos.

Metodología

- Práctica e interactiva mediante la combinación de contenidos y ejemplos reales.

Dirigido a:

- Este curso está especialmente dirigido a responsables de ventas, técnico/a-comerciales, responsables de marketing, conscientes de la necesidad de captar más o nuevo negocio.

Derechos de matrícula

Socios/as: 480 €

No socios/as: 600 €

Actividad bonificable por la Fundación Estatal para la Formación en el Empleo. El Club de Marketing gestiona a los/as socios/as gratis la tramitación.

Inscripciones:

A través de la web, con al menos dos días de antelación. Si queda menos tiempo, insíbete o llámanos y te confirmaremos si disponemos de plazas libres.

Para información: Tfno. 948 290155

Bonificaciones de la Fundación Estatal para la Formación en el Empleo

Los/as socios/as pueden solicitar la tramitación gratuita de las bonificaciones, indicándolo en la inscripción a través de la web, con al menos dos días de antelación.