

Programa de Implementación de Estrategias de Gestión Clientes y CRM (PEGC)



ALTO
RENDIMIENTO
EMPRESARIAL



Claves del éxito comercial

- Estar en el lugar idóneo (donde el cliente suele buscar el producto y servicio)
- Fidelizar el cliente
- Gestión estratégica de la cartera cliente
- La exquisita atención comercial (desarrollo del personal comercial)
- Dominio de técnicas de upselling y crosselling
- Medición del valor del cliente
- Procesos de negociación orientado al valor



Objetivos generales del programa

- Análisis de las prestaciones del equipo comercial
- Identificación de los perfiles comerciales de la empresa
- Definición de un Plan de Mejora Personal (PMP)
- Entrenar y formar a cada comercial para incrementar sus ventas
- Establecer una estrategia de Gestión Efectiva de cartera cliente y CRM
- Implantación de programa CRM



La metodología de formación

Los 5 pasos de Alto Rendimiento Empresarial



El curso es dinámico basado en actividades, individuales, por parejas y grupales.

Cada tema presentado se trabaja por medio de ejercicios y simulaciones así como role play

Se utilizarán medio audiovisuales, método del caso y dinámicas.



¿Para que implementar un programa de CRM?

Para que sea más competitivos y que logre la tan ansiada excelencia.

Nuestra idea de proceso de implementación de CRM requiere la preparación de una serie de aspectos que ligado a la estrategia, los procesos comerciales, la gestión, y las habilidades del equipo

Hacemos además hincapié en la preparación técnica, preparación táctica, preparación psicológica, y preparación teórica.

Nuestras acciones buscan superar los límites internos y externos, para crecer de forma continuada.



Identificación de los Perfiles Comerciales de Éxito:

¿Cómo conseguimos desarrollar el potencial?

- Realizamos un Estudio de Benchmarking para identificar las características críticas que diferencian a los Top Performers (mejores vendedores).
- Con esta información y el análisis del puesto (en función de la estrategia y procesos de la compañía), establecemos un Perfil Ideal de Contraste.
- Contrastamos a todo el equipo de ventas contra este Perfil, determinando el nivel de adecuación de cada persona, sus fortalezas y áreas de mejora.
- Proporcionamos información individualizada para dirigir con éxito a cada persona, mejorando sustancialmente su productividad.
- En resumen, realizamos un Diagnóstico y sugerimos un Plan de Acción para desarrollar a los Comerciales, potenciando sus talentos para maximizar su productividad. Estamos en capacidad de hacer un seguimiento para evaluar el impacto del plan de acción en la mejora de los comerciales, si la empresa desea hacerlo.



Simulación del proceso de Optimización

- Un equipo de 20 comerciales con un nivel de cumplimiento del objetivo de ventas del 109%
- Los 5 mejores tienen un nivel medio de cumplimiento del 125% del objetivo (111% a 139%)
- Los 5 peores tienen un nivel medio de cumplimiento del 92% (82% a 99%).
- Ventas totales: 2.000.000 €
- Objetivo de ventas para siguiente periodo: 2.300.000 € (+15%)
- Actuando sobre el equipo de ventas con el fin de mejorar las performance , en un año es posible conseguir mejorar la productividad del equipo de ventas hasta un 40% (2.800.000 €) potenciando el desarrollo de las personas del equipo, y reubicando o sustituyendo el personal que no se adecua.
- Comisiones adicionales pagadas a comerciales: $500.000 \text{ €} * 20\% = 100.000 \text{ €}$



El Plan de Mejora Personal

A partir de los resultados del proceso y análisis y mejora se desarrolla un plan de mejora personal (PMP) para que cada comercial incremente sus resultados de ventas.

Contenidos:

- El cliente
- El proceso
- Las técnicas
- La organización del tiempo y la agenda
- La comunicación
- La negociación
- El cierre
- Habilidades
- Perfil del comercial
- Motivación
- Uso de las Nuevas Tecnología



Módulo 1

Como maximizar la rentabilidad del cliente

Objetivos

- Se pretende ofrecer una visión práctica de la gestión del cliente como conjunto de estrategias de negocio, marketing y comunicación e infraestructuras diseñadas con el objetivo de reforzar la relación con el cliente.
- Por medio de ejemplos y casos prácticos se abordaran los principales temas relacionados con la implementación y gestión del CRM.
- Asimismo se implementará el CRM definiendo los indicadores claves para su correcto funcionamiento.

Contenidos

- La evolución de la gestión de productos a la gestión del cliente
- Marketing "one to one". Herramientas
- La personalización de productos/servicios
- Cómo medir el valor del cliente, fidelizado y su rentabilidad
- Estrategias de CRM y su impacto en las organizaciones:
 - Procesos clave y segmentación de clientes respecto a Jerarquías funcionales
 - Papel de Internet en una estrategia CRM
 - Análisis de información y herramientas de ayuda a la toma de decisiones
 - Herramientas para proporcionar una oferta personalizada
 - NTI para la fuerza de ventas y atención al cliente y Call Centres
 - Utilización de técnicas de análisis multidimensionales i datamining

Beneficios

- Aprender a desarrollar planificaciones estratégicas
- Aprender a gestionar la cartera cloiente de forma eficaz
- Desarrollar un sistema de evaluación efectivo y un plan de acción

Entregables

- Modelo Plan Comercial Basado en CRM
- Principales indicadores comerciales
- Modelos de cuadros de mando



Módulo 2

Optimización del proceso de negociación y cierre

Objetivos

- Comprender que en tiempo de crisis tiene que desarrollar al máximo sus dotes de negociador para optimizar el proceso de venta y obtener el máximo nº de éxitos comerciales cierre.
- Conocer y analizar los factores claves para la negociación y las diferencias y características entre el conflicto y la negociación efectiva.
- Analizar las causas de un desacuerdo para gestionarlo y cuáles son los procedimientos para el cierre de la negociación win win.
- Comprender los resultados potenciales de la negociación.

Contenidos

- Estrategias en la negociación
- La planificación de la negociación
- Elementos claves para preparar una negociación
- Negociación precio-valor
- El cara a cara
- Preparación de un MAPAN, Mejor alternativa a un acuerdo negociado
- El cierre de la negociación

Beneficios

- Aprender a desarrollar negociación sobre precio-valor
- Planificación proceso/s de cierre
- Aprender a sondear

Entregables

- Plan de preparación de la negociación
- Esquema de sondeo



Módulo 3

Orientación al cliente: Estrategia de fidelización de éxito

Objetivos

- Orientar una organización hacia el cliente.
- Replantear la estrategia, pensar nuevas formas y tácticas para incrementar la lealtad de los clientes, definir y desarrollar soportes, establecer indicadores y sistemas de seguimiento y control..

Este programa pretende demostrar que el diseño de una estrategia de clientes requiere una visión global de la organización, en la que marketing, comercial, y recursos humanos estén alineados y trabajen juntos en un cambio cultural y de filosofía de gestión.

Contenidos

- Elementos claves para el diseño de un plan cliente
- Indicadores de la rentabilidad de los clientes (valor del cliente).
- Segmentación efectiva de clientes. ¿Qué variables y metodologías?
- Estrategias de captación y fidelización eficientes de clientes.

Beneficios

- Optimización del proceso de gestión de cartera cliente
- Incremento de la rentabilidad del proceso de venta

Entregables

- Modelos ficha clientes
- Modelos análisis cartera clientes
- Cuadro de mando por cliente



Duración

La duración: **para este proyecto oscila entre los 3 y los 6 meses.**

Estructura:

Análisis:

- Definición de objetivos, Análisis del equipo comercial e Identificación de prestaciones y perfiles, diseño del PMP: **(coordinadores, directores de certamen, jefes de proyectos y comerciales) ; duración 4 días: 2 días completos en valencia + 2 días preparación informe)**

Modulo formativos:

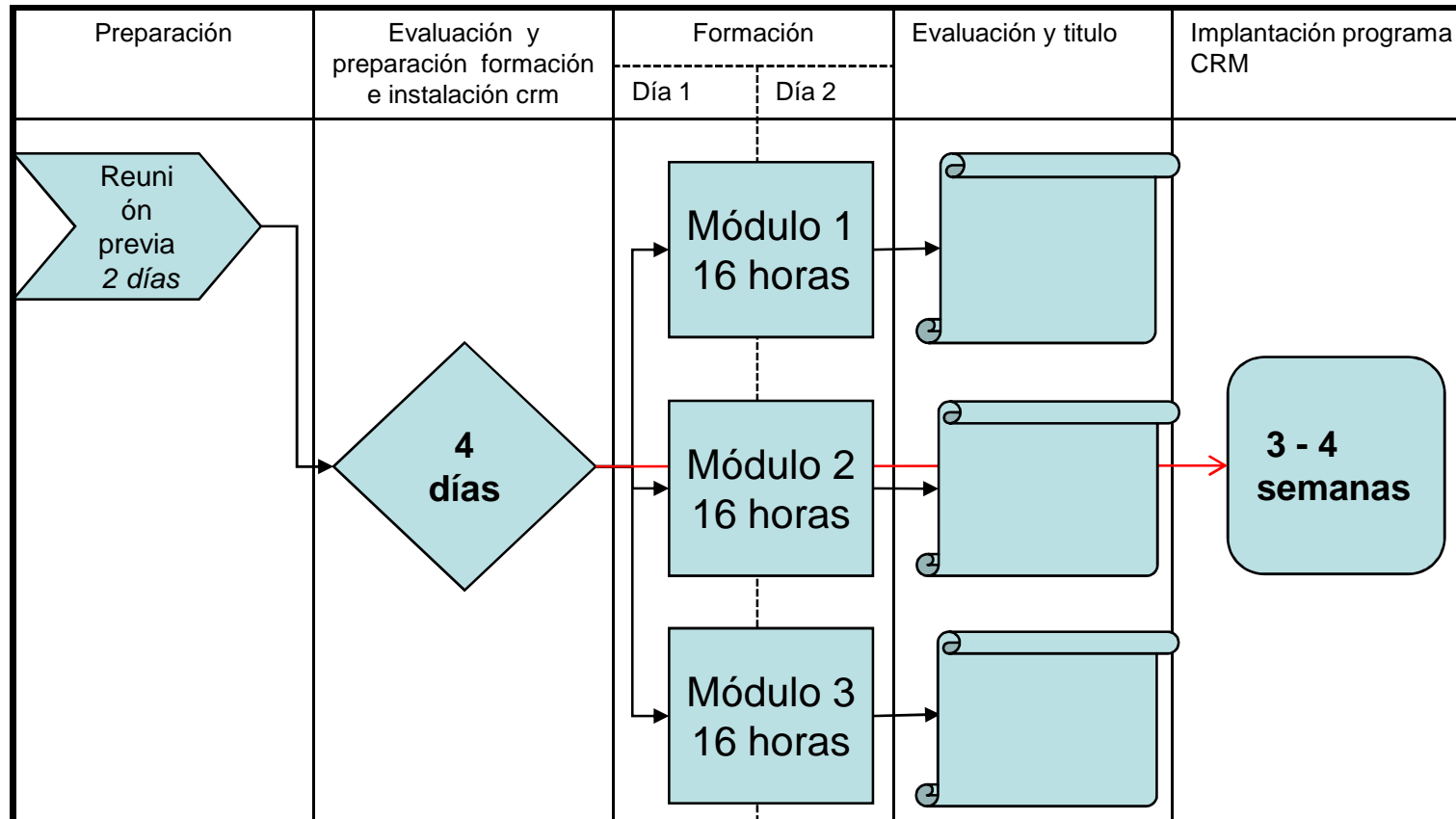
- 16 horas (aconsejado 2 días de 8 horas)

Implantación de CRM:

- 3 – 4 semanas



Planificación





Presupuesto

La duración: **para este proyecto oscila entre los 2 y los 4 meses.**

El presupuesto incluye:

- **Material**
- **Títulos**
- **Informes**
- **Gestión y coordinación**

El presupuesto no incluye:

- **Dietas y desplazamientos**
- **IVA**

El plan puede ser bonificado por medio del crédito de la Fundación Tripartita (FTFE) y/o el Plan Avanza de ICO.



Consultor



- Consultor Sénior in Estrategia de Marketing análisis de mercados y desarrollo de estrategia de Ventas y comercialización
- Profesor de Marketing Estudio de mercados y Ventas en varias universidades e instituciones (La Salle, Euncet, UB, UAB, IQS, UPC, Universidad de Trieste, Barcelona Activa, ESVEN Business School, etc)
- Senior Expert en programas MEDA, Programas Leonardo e Programas Marco en Países Árabes y del Este de Europa
- Gerente de Alto Rendimiento Empresarial
- Director y Consultor Sénior de ICC (Instituto para la Calidad Comercial), adscrito al Colegio de agentes comercial de Barcelona

Contacto:

📞 +34605881858;

📧 davide.menini@altorendimientoempresarial.com