



Best

## Key Account Management

O desenvolvimento de relações estratégicas na gestão de clientes-chave

 Presencial

Duração : 2 dias (14 horas)

Referência : 309

Preço : 850,00 € + IVA

Intra empresa : Sob consulta

⇒ Disponível em formato presencial e 100% digital

Um cliente estratégico mal-acompanhado e mal gerido será sempre uma presa fácil para concorrentes que estejam mais atentos e preparados.

O Key Account Management (KAM), enquanto modelo estratégico de (re)organização comercial, tem como premissa diferenciar o nível de serviço dado a clientes com maior importância estratégica, com vista à construção de alianças mais fortes, rentáveis e de longo prazo, permitindo às empresas atingir, sustentadamente, melhores resultados comerciais e financeiros.

A formação Key Account Management foi concebida para ajudar qualquer profissional de vendas a repensar o seu modelo de abordagem e relacionamento atual e, enquanto gestor de Contas Chave, definir estratégias que lhe permitam superar as expectativas crescentes dos seus principais clientes e atingir os resultados esperados pela sua organização.

### Objetivos

No final da formação os participantes deverão ser capazes de:

- Enquadrar o *Key Account Management* na estratégia da sua empresa;
- Segmentar a carteira de Contas Chave para implementar estratégias de abordagem e crescimento;
- Dominar os circuitos de decisão e os principais atores do Grupo Real de Influência e Decisão (GRID) nas suas Contas Chave;
- Conceber um *Account Plan* assente numa visão partilhada do futuro;
- Desenhar, a partir de instrumentos de *Value Mapping* uma Proposta de Valor à medida de cada Cliente Chave;
- Prever os aspetos mais táticos na defesa da rentabilidade junto dessas Contas Chave.

### Destinatários

- Responsáveis comerciais, *Key Account Managers* e comerciais responsáveis por adquirir e gerir contas estratégicas, quer pela sua dimensão, potencial e/ou reputação de mercado

### Percurso de aprendizagem

#### Enquadrar o *Key Account Management* na estratégia da sua empresa

- Clarificar o propósito do *Key Account Management* no contexto da estratégia comercial da sua empresa.
- Identificar as missões chave, tarefas, atribuições e competências críticas de um *Key Account Manager*.

- Instalar uma cultura de *Key Account Management* na sua empresa: Condições necessárias e recursos críticos.

## Segmentar a carteira de Contas Chave para implementar estratégias de abordagem e crescimento

- Analisar uma carteira de clientes e saber como segmentá-la por Contas Chave e Contas Chave em Desenvolvimento.
- Utilizar KPI's para qualificar com objetividade a Atratividade dos seus clientes e a sua Posição Competitiva nesses clientes.
- Diagnosticar o contexto de mercado de uma Conta Chave e de um Conta Chave em Desenvolvimento para identificar os seus constrangimentos, obstáculos, recursos e oportunidades.
- Interpretar os sinais e tendências de uma Conta Chave para tomar atempadamente decisões, de investimento ou desinvestimento, que fortaleçam a sua Posição Competitiva.

## Dominar os circuitos de tomada de decisão nas suas Contas Chave

- Aumentar a sua eficácia na fidelização de Contas Chave através de relacionamentos rentáveis, estratégicos e duradouros aprendendo a:
  - reconhecer interlocutores relevantes com papéis formais ou informais, nos diferentes processos de tomada de decisão em curso;
  - realizar uma análise sócio-dinâmica do GRID (Grupo Real de Influência e Decisão): interesses, alianças e abordagens possíveis no contexto da Conta Chave;
  - clarificar os objetivos pessoais, critérios de preferências e motivações de compra de cada elemento do GRID;
  - construir os 3 Mapas do GRID: Mapa de Contatos, Mapa de Influência e o Mapa de Relacionamentos.
- Borboletas, Duetos ou Diamantes? Reforçar a posição de parceiro preferencial escolhendo o modelo relacional mais adequado.
- Assegurar o contributo das áreas internas para potenciar o relacionamento e o *networking* no contexto de projetos em curso nas suas Contas Chave.
- Conquistar maior *customer intimacy* definindo G.R.O.W's para a sua equipa de acompanhamento às Contas Chave.

## Conceber um *Account Plan* assente numa visão partilhada do futuro

- Conhecer os elementos mais habituais na construção de um *Account Plan*.
- Instrumentos de diagnóstico, financeiros e de marketing, a considerar na fase de elaboração de um *Account Plan*.
- Estimar cenários de investimento e receita por forma a precaver desvios e minimizar riscos.

## Desenhar uma Proposta de Valor à medida para cada Conta Chave

- Convocar os diferentes meios ao dispor de um KAM para construir barreiras à entrada de concorrentes nas suas Contas Chave.
- Identificar a Cadeia de Valor das suas Contas Chave e agir sobre a forma como elas percecionam o seu contributo para essa cadeia.
- O papel da criatividade e inovação para aumentar as suas atribuições centrais de Valor.
- Conceber uma proposta à medida de cada Conta Chave cujo valor seja percecionado e reconhecido pelos seus principais interlocutores.
- Comunicar de forma persuasiva a sua proposta de Valor aos diferentes responsáveis pela sua aprovação e conduzir a negociação final tendo em conta os bloqueios possíveis e as táticas mais utilizadas pelos compradores.

## Métodos pedagógicos

- Breves exposições seguidas de exercícios práticos, para apoiar a transferência da formação para o dia-a-dia do formando;
- Os formandos são convidados a trabalhar sobre um dos seus clientes reais ao longo dos exercícios práticos individuais;
- Utilização de um *Case Study* de apoio para trabalhos de grupo;
- Utilização de um *KAM Toolbox* com ferramentas em excel para apoiar a construção do seu *Account Plan*.

## Pontos fortes

- *KAM Toolbox* com ferramentas em excel para apoiar a construção do seu *Account Plan*;
- Os formandos são convidados a trabalhar sobre um dos seus clientes reais ao longo do Curso.