



BEYOND KNOWLEDGE*

KEY ACCOUNT MANAGEMENT

O desenvolvimento de relações estratégicas na gestão de clientes-chave

Duração: 2 dias

Tipologia: Full immersion Presencial

Para quem?: Responsáveis comerciais, Key Account Managers, comerciais responsáveis por adquirir e gerir contas estratégicas, quer pela sua dimensão, potencial e/ou reputação de mercado

Referência: 309

Preço: 850,00 € (iva não incluído)

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;

Precaver os aspetos mais táticos na defesa da rentabilidade junto dessas Contas Chave.

Métodos: 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.

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.

Este workshop foi concebido 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 permita superar as expectativas crescentes dos seus principais clientes e atingir os resultados esperados pela sua organização.

Programa

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 segmenta-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.

Datas e cidades: 24 Julho 2019 - Referência: 309

Porto

16 Out - 17 Out 2019

Lisboa

18 Nov - 19 Nov 2019