

La Gestione strategica dei Clienti Chiave

Obiettivi:

Il corso fornisce le leve più efficaci per lo sviluppo dei clienti strategici, o clienti chiave, fondamentali per la crescita o la sopravvivenza stessa della propria azienda.

Destinatari: Funzionari di vendita, Key Account Manager, tecnici commerciali

Programma:

- Il ruolo del Key Account Manager nello scenario competitivo attuale
- Le competenze del Key Account Manager
- Individuazione e classificazione dei clienti strategici o clienti chiavi
- La Matrice Acquisti
- Criteri di valutazione e misurazione dei fornitori da parte dei clienti chiave
- Analisi del Potenziale di acquisto e sua ripartizione per prodotti
- La Penetrazione dei propri prodotti e di quelli della concorrenza
- Le Vendite Complesse e il Gruppo di Influenza e Decisione
- Le motivazioni di acquisto nelle Vendite Complesse
- Diversificare l'approccio in relazione ai diversi interlocutori
- La Scacchiera della Vendita
- La strategia dei contatti a pettine
- Il Brickwalling: misurazione degli elementi di stabilità e sviluppo presso i clienti strategici
- Il Key Account Plan e gli obiettivi strategici sui clienti chiave

Durante il seminario i partecipanti si cimenteranno in esercitazioni e simulazioni individuali e di gruppo studiate sulla reale ed attuale situazione di mercato nel settore di riferimento.