

E X E C U T I V E E D U C A T I O N

PSGC

PROGRAMA SUPERIOR DE **GESTIÓN DE CLIENTES**



"LA ESCUELA DE VENTAS DE ESIC, CONSCIENTE DE LA INCIDENCIA DE LA GESTIÓN DE CLIENTES EN LOS RESULTADOS COMERCIALES, PRESENTA UN PROGRAMA SUPERIOR DIRIGIDO NETAMENTE A GESTORES COMERCIALES, CUYO OBJETIVO ES APORTAR HERRAMIENTAS DIFERENCIALES PARA POTENCIAR LAS RELACIONES EN LOS MERCADOS ACTUALES"

La continua evolución de los mercados y las cada vez más amplias funciones comerciales, hacen necesario el desarrollo de programas que den respuesta a los equipos comerciales en lo que a gestión de clientes se refiere. Por ello ESIC, desde 2003, asume esta situación como reto y lanza la **EV** con la presentación y desarrollo de programas en formato **abierto e in company**, aplicando en este caso, una metodología de diagnóstico para su adaptación.

La **gestión de clientes** como función relevante del área comercial, está fundamentada en el contacto continuo y profesional con los clientes para el logro de los objetivos particulares del comercial y los generales de la empresa.

El **gestor comercial** como motor y eje del área comercial, debe estar perfectamente coordinado con el resto de la organización. Debe disponer de una guía estratégica que facilite el desarrollo de sus clientes y su actividad, siempre con una actitud positiva y que se traduzca en resultados óptimos para la organización.

PILARES DEL PROGRAMA

- Desarrollo de competencias personales en el puesto.
- Planificación orientada al trabajo con los clientes y a la aportación de margen.
- Análisis y desarrollo de la cartera de clientes.
- Asunción del grado de responsabilidad frente al cliente y la empresa.
- Liderazgo de clientes.

Dirigido a:

Comerciales, gestores de clientes, jefes de proyecto... y en definitiva todos aquellos profesionales que fundamenten su actividad en la captación, el desarrollo, la gestión y la fidelización de clientes, en lo que se refiere a:

- UN SEGMENTO DE CLIENTES, PRODUCTO, ZONA O CARTERA CONCRETA ■ PUNTOS DE VENTA PROPIOS O AJENOS A LA EMPRESA ■ MEDIADORES DE CLIENTES ■ ACCIONES DE PLANIFICACIÓN COMERCIAL ■ ACTIVIDADES DE SOPORTE Y ADMINISTRACIÓN DE VENTAS, ETC.

¿Qué nos distingue?

Experiencia acumulada por ESIC en formación abierta e “in company” en el ámbito de la dirección y gestión comercial formando cada año a más de 8.000 profesionales para más de 150 empresas de primer nivel y que actualmente ocupan diferentes puestos dentro de la dirección comercial.

Cuadro de profesores constituido por profesionales de la formación, la consultoría y la dirección comercial y de ventas que integran la experiencia y la docencia para la aplicación práctica del programa.

Nuestra metodología, basada en una fuerte aportación conceptual soportada y desarrollada a través de ejercicios, simulaciones y casos prácticos reales y de actualidad. En el PSGC in company estos se diseñan conjuntamente con la empresa cliente basándonos en la realidad y entorno de los participantes.

Resultados. Desarrollo de un proyecto final sobre el diseño y elaboración de un **plan de ventas personal** para una zona o cartera de clientes. Dicho proyecto se presentará ante un tribunal compuesto por la dirección de la Escuela de Ventas de ESIC y un equipo de Directores Comerciales y de Marketing.

Beneficios del programa:

- 1.** Potenciación de las capacidades técnicas y prácticas para el desarrollo de las funciones comerciales.
- 2.** Asimilación de las herramientas y elementos de éxito comercial más utilizados y de aplicación inmediata en el puesto de trabajo.
- 3.** Desarrollo de habilidades de mejora en la gestión diaria.
- 4.** Transferencia de experiencias.
- 5.** Incremento de la capacidad analítica, a través de los casos y metodologías aplicadas.
- 6.** Programa compatible con la actividad profesional.

PSGC CORPORATIVO (versión in company)

ESTA FILOSOFÍA DE PROGRAMA SE VE COMPLEMENTADA, EN SU FORMATO IN COMPANY, CON LA ADAPTACIÓN A LAS PARTICULARIDADES DE NEGOCIO Y CARACTERÍSTICAS DE LA EMPRESA.

Objetivos del programa

- Identificación, comprensión y entrenamiento de los factores clave de éxito, para el desempeño de los diferentes puestos comerciales en gestión de clientes, y su integración en el plan comercial de la empresa.
- Capacitar en el análisis y reflexión de su cartera de clientes y/o mediadores, para la correcta planificación de las actividades a desarrollar y toma de decisiones en relación con el itinerario del cliente.
- Trabajar con los asistentes las diferentes técnicas y herramientas que les permitan elaborar **su plan de ventas personal**, en sintonía con: las características de sus clientes, su mercado y la consecución de objetivos.
- Valorar y situar la proyección profesional del rol comercial dentro de las organizaciones y que se traduzca en una actitud positiva y motivadora frente al trabajo.
- Potenciar en los asistentes el rol de gestor de clientes en sus vertientes estratégicas y operativas.

Metodología de trabajo

La metodología se basa en pilares conceptuales, complementados con dinámicas de trabajo en grupo continuadas a lo largo del programa, así como una interacción entre los asistentes y los profesores, que facilite el aprendizaje y la comprensión de las cuestiones expuestas en aula.

Elementos didácticos o pedagógicos:

- Documentación, notas técnicas sobre el contenido de cada módulo y lecturas complementarias.
- Resolución de ejercicios individuales y en grupos reducidos.
- Exposición de situaciones reales y de actualidad para debate en aula.
- Resolución de casos prácticos con exposición de los mismos.
- Análisis de experiencias en diferentes sectores de actividad.
- Colección de libros de apoyo y consulta.
- Role Plays.
- *Outdoor Training* para PSGC Corporativo (*in company*).

Evaluación:

Valoración de los ejercicios en aula.

Resolución de Test.

Resolución de casos prácticos individuales y grupales.

Presentación del proyecto final. Un plan de ventas personal ante un tribunal.

módulo **01**
**ROL PERSONAL
Y CREACIÓN DE GRUPOS DE TRABAJO**

- Reconocimiento de roles ■
- Resolución de conflictos ■
- Trabajo en equipo ■

módulo **02**
EL ROL ESTRATÉGICO Y TÁCTICO DEL GESTOR DE CLIENTES

- Rol estratégico:** ■
 - El entorno competitivo actual:
el gestor comercial como fuente de ventajas competitivas
 - Evolución de la venta:
el escenario actual vs nuevos roles del gestor comercial
 - Las estrategias comerciales del gestor de clientes:
el plan estratégico de venta
- Rol operativo:** ■
 - Análisis de cartera de clientes y potencial de mercado
 - Gestión de clientes claves de la cartera del gestor
 - Plan de Ventas Operativo Individual:
 - Plan de cartera/zona

módulo **03**
ITINERARIO DE RELACIÓN CON EL CLIENTE

- Visión global del itinerario de relación con el cliente** ■
 - Proceso comercial: fases críticas. Hábitos de efectividad
- El uso del teléfono como herramienta comercial de prospección y gestión de clientes** ■
- Detección de oportunidades y necesidades** ■
 - El contacto: fases y factores de éxito
 - La descubierta de necesidades
 - Desarrollo de necesidades
 - Técnica de preguntas
 - Pirámide de poder
- Presentación de propuesta** ■
 - Venta vs negociación
 - Argumentarios en función de los móviles de compra
 - Estructura y posiciones psicológicas
 - Actitudes del cliente y tratamiento
 - Las objeciones: análisis y técnicas
 - Técnicas de cierre
- Los procesos de negociación** ■





módulo 04

EL GESTOR COMERCIAL COMO APORTADOR DE MARGEN

- **Análisis de la rentabilidad de operaciones comerciales**
- **Impacto de las condiciones de la negociación:**
Cesiones en periodo de pago, descuentos, customización, rappeles, etc.
Rentabilidad de las ventas e incidencias en la empresa
La cuenta de resultados (zonas y clientes) costes, precios, rentabilidad
- **Gestión de operaciones comerciales con inversión en clientes**

módulo 05

DESPUÉS DE LA VENTA: DESARROLLO DE CLIENTES

- **Atención post venta**
- **Cuota de mercado y cuota de cliente**
- **El valor del cliente y su ciclo**
- **Las demandas del cliente en cada una de las fases**
- **El nivel de satisfacción y los programas de mantenimiento**

módulo 06

RELACIÓN CON EL CANAL DE VENTAS

- **El merchandising y la promoción como herramientas de dinamización del gestor de clientes**

módulo 07

HABILIDADES DEL GESTOR DE CLIENTES

- **Cómo hablar en público: presentaciones comerciales**
- **Técnicas de reuniones de trabajo.**

módulo 08

MÉTRICAS DE VENTA

- **¿Se puede medir la efectividad del cliente?**
- **Indicadores principales del cliente**
- **Adquisición, conversión y fidelidad de clientes**
- **El valor del cliente**
- **El canal de distribución como cliente**
- **Cuadro de mando de la cartera de clientes**

algunos
miembros
del claustro
de
profesores

Cadenas Liñeira, Luis Licenciado en Gestión Comercial y Marketing, ESIC. Licenciado en Administración de Empresas, University of Lincolnshire & Humber. Graduado en Comunicación Eficaz y Relaciones Humanas, F.D.C. Profesor del Área de Executive Education de ESIC. Anteriormente: Adjunto a la Dirección, Banco Sabadell. Colaborador en el entorno de la comunicación, Cadena Cope y SER entre otros.

Caneda Schad, Arturo Licenciado en Sociología, UCM. Diplomado en Telecomunicaciones, American Teleprocessing Corp. Máster en Comunicación y Dinámica de Grupos, Foundation of Feedback Learning, New York. Profesor Certificado en Venta Estratégica de Alto Rendimiento, Global Sales School of IBM (UK). Consultor-formador del Área de Executive Education de ESIC. Anteriormente: Socio Consultor, Door-Training. Director Gerente, Tea-Cegos.

Carabias Palmeiro, Jorge Licenciado en Ciencias Empresariales, CUNEF. Director Comercial, C Doble Imagen y Comunicación. Socio-Fundador, Barullo Company. Profesor del área de Executive Education de ESIC. Anteriormente desarrolló su carrera profesional en los departamentos de marketing y ventas de L'Oreal.

Cardona Patau, Sergio Senior Executive Leadership, Georgetown University, Washington D.C. Licenciado en Filosofía, San Dámaso. Diplomado en Gestión Comercial y Marketing, ESIC. Socio Director de Cardona Labarga, centro de estrategia y liderazgo. Profesor del Área de Executive Education de ESIC y de FENA Business School.

Castells Navarro, Jesús Licenciado en Marketing y Gestión Empresarial, M&B Escuela Superior de Marketing y Negocios. Director Comercial, Orange. Profesor del área de Executive Education de ESIC. Anteriormente: Director General España y Portugal, Kodak. Jefe de Producto, Kraft Jacobs Suchard.

Domínguez Doncel, Alejandro Ingeniería Técnica Informática (especialidad en gestión), ICAI. Máster en Dirección de Marketing y Gestión Comercial, ESIC. Director de Aleamarketing. Profesor de ESIC. Anteriormente ha desarrollado su carrera profesional como Director Comercial de compañías como Promotora Estudio5 de Gestión, Prentice Hall-Pearson, IBS, etc. Ha publicado, entre otros, títulos como "Métricas para la gestión del marketing" y "Guía práctica para vender o alquilar su casa" de la Editorial ESIC.

Errejón Sainz de la Maza, Gonzalo Ingeniero Superior Industrial, UPM. Licenciado en Empresariales, UNED. MBA, Insead. Programa Superior de Dirección de Ventas (PSDV), ESIC. Director General, ABM Rexel. Profesor del área de Executive Education de ESIC. Anteriormente: Jefe de Producto Telecomunicaciones, Ramos Sierra. Ingeniero de Compras y Ventas Departamento Internacional, Riansa.

González Pastor, Doroteo Licenciado en Ciencias Empresariales, Especialidad en Gestión Comercial y Marketing. Máster en Marketing y Comunicación. Consultor-formador del área de Executive Education de ESIC. Director General del Grupo Hadas. Anteriormente ha ocupado puestos de responsabilidad directiva y de dirección de marketing y comercial en NQA Global Assurance, Infotelec, Minolta y Canon.

Molina Acebo, Javier Licenciado en Dirección y Administración de Empresas, University of Lincolnshire & Humber. Licenciado en Gestión Comercial y Marketing, ESIC. Diplomado en Investigación de Mercados, AEDEMO. Profesor y miembro del Comité y Consejo Asesor de la Escuela de Ventas de ESIC. Anteriormente: Director Comercial, Broadnet. Central Sales Director, Grupo ACS. Jefe de Ventas, Lince Telecomunicaciones (Grupo France Telecom). Adjunto a Dirección de Red, Banco Santander (Grupo SCH). Co-autor del libro "El Plan de Ventas", Editorial ESIC.

Moreno Zabala, Javier Licenciado en Ciencias Económicas y Empresariales, CEU. International MBA, IE. Actualmente es General Manager de Experian CheetaMail. Anteriormente: Socio Director de Proxydealer y también ocupó puestos de dirección comercial en Recall Information Management, Uni2 Telecomunicaciones y KLM.

Roza Manzano, Jesús Licenciado en Ciencias Económicas y Empresariales, Universidad de Oviedo. MBA, IE. Especialista en grandes empresas y organismos de Cajastur y colaborador docente en ESIC y FENA. Anteriormente, Director de Productos y Servicios, Formastur. Jefe de Producto de seguros, planes de jubilación, planes de pensiones y fondos de inversión, Banco Herrero.

Sánchez González, Pilar Licenciada en Sociología y Ciencias Políticas, UCM. Máster Executive en Marketing Relacional, CRM y Comercio Electrónico, ESIC-ICEMD. Diplomada en Marketing Internacional, Cámara de Comercio de Madrid. Diplomada en Investigación Comercial, AEDEMO. Profesora de ESIC. Directora, Gamón Pumareta Asesores en Marketing. Anteriormente: Adjunta a la Dirección, Estratel. Adjunta a la Dirección Comercial y Marketing, Figurama. Responsable Técnico del Departamento de Estudios, Ecotel.

FENA BUSINESS SCHOOL

Carretera de Somió, 652 · 33203 Gijón
Tel.: 985 180 152
e-mail: executive@fena.es

FENA FONCALADA

C/Alfonso III El Magno, 15 bajo
33001 Oviedo
Tel.: 984 088 266

POZUELO

Avda. de Valdenigrales, s/n · 28223 Pozuelo de Alarcón (Madrid)
tel.: 91 452 41 00 fax: 91 352 85 34
e-mail: info.madrid@esic.es

MADRID

Arturo Soria, 161 · 28043 Madrid
tel.: 91 744 40 40 fax: 91 774 40 45
e-mail: executive@esic.es

BARCELONA

Santaló, 36 · Edificio "Las Américas" · 08021 Barcelona
tel.: 93 414 44 44 fax: 93 414 25 35
e-mail: info@ismarketing.com

NAVARRA

ESIC-Club de Marketing de Navarra
Avda. de Anaitasuna, s/n · 31192 Mutilva Alta (Navarra)
tel.: 948 29 01 55 fax: 948 29 04 03
e-mail: info.pamplona@esic.es

ZARAGOZA

Vía Ibérica, 28-34 · 50012 Zaragoza
tel.: 976 35 07 14 fax: 976 35 07 14
e-mail: info.zaragoza@esic.es

SEVILLA

Edificio de la Prensa Avda. Carlos III, s/n · 41092 Isla de la Cartuja (Sevilla)
tel.: 95 446 00 03 fax: 95 446 03 41
e-mail: info.sevilla@esic.es

VALENCIA

Avda. de Blasco Ibáñez, 55 · 46021 Valencia
tel.: 96 361 48 11 fax: 96 369 56 21
e-mail: info.valencia@esic.es

BILBAO

Cámara de Comercio de Bilbao
Alameda Recalde, 50 48008 Bilbao
tel.: 94 470 24 86 fax: 94 443 41 45
e-mail: formacion@camarabilbao.com

GRANADA

ESIC-Escuela Internacional de Gerencia
Eduardo Molina Fajardo, 20 · 18014 Granada
tel.: 958 22 29 14 fax: 958 15 94 38
e-mail: master@esgerencia.com

MÁLAGA

PARQUE TECNOLÓGICO DE ANDALUCÍA
Severo Ochoa, 49 · 29590 Campanillas (Málaga)
tel.: 95 202 03 67/69 fax: 95 202 01 45
e-mail: info.malaga@esic.es

BRASIL

Rua Padre Dehon 814 Hauer CEP 81630-090 · Curitiba (Paraná) BRASIL
tel. y fax: 00 55 41 3376 14 17
e-mail: info.brasil@esic.br

www.esic.edu/executive