

Rúbrica

Rúbrica	Descriptores						
	Excelente 100	Sobresaliente 90	Aceptable 80	Suficiente 70	Insuficiente 60	50 o menos	Puntos totales 100
1. Analiza las cuentas clave	Equivalencia: 20 puntos	Equivalencia: 18 puntos	Equivalencia: 16 puntos	Equivalencia: 14 puntos	Equivalencia: 12 puntos	Equivalencia: 10 puntos	20
	Incluye análisis de las fuerzas de la industria (Análisis PEST). Incluye análisis de los objetivos del cliente. Incluye análisis de la cadena de valor. Muestra proceso de compra del cliente y análisis de necesidades de información. Señala la historia de compras con el cliente.	Incluye análisis de los objetivos del cliente. Incluye análisis de la cadena de valor. Muestra proceso de compra del cliente y análisis de necesidades de información. Señala la historia de compras con el cliente. No se realiza el análisis PEST.	Incluye análisis de los objetivos del cliente. Muestra proceso de compra del cliente y análisis de necesidades de información. Señala la historia de compras con el cliente. No incluye análisis de la cadena de valor. No se realiza el análisis PEST.	Muestra proceso de compra del cliente y análisis de necesidades de información. Señala la historia de compras con el cliente. No incluye análisis de la cadena de valor. No se realiza el análisis PEST. No incluye análisis de los objetivos del cliente.	Muestra proceso de compra del cliente y análisis de necesidades de información. No incluye análisis de la cadena de valor. No se realiza el análisis PEST. No incluye análisis de los objetivos del cliente.	Muestra proceso de compra del cliente y análisis de necesidades de información. No incluye la historia de compras con el cliente. No incluye análisis de la cadena de valor. No se realiza el análisis PEST. No incluye análisis de los objetivos del cliente.	
2. Demuestra comprensión de la KAM	Equivalencia: 20 puntos	Equivalencia: 18 puntos	Equivalencia: 16 puntos	Equivalencia: 14 puntos	Equivalencia: 12 puntos	Equivalencia: 10 puntos	20
	Excelente comprensión de la KAM. El plan es completo, coherente, aborda las cuestiones clave, énfasis apropiado y se centra en las actividades.	Buena comprensión de la KAM. El plan no está completo, pero presenta los puntos fundamentales, mantiene coherencia visible. Aborda las cuestiones clave y es claro.	Demuestra una comprensión aceptable de la KAM. Señala componentes esenciales. No tiene contradicciones ni omisiones significativas.	La comprensión de la KAM es suficiente, pero demuestra algunas contradicciones u omisiones significativas.	Insuficiente comprensión de la KAM. El plan es significativamente incompleto o incoherente.	Escasa o ninguna comprensión de la KAM. El plan cumple con la mitad o menos de los elementos del plan de cuentas clave o es incoherente.	
3. Muestra objetivos del desarrollo de cuentas	Equivalencia: 20 puntos	Equivalencia: 18 puntos	Equivalencia: 16 puntos	Equivalencia: 14 puntos	Equivalencia: 12 puntos	Equivalencia: 10 puntos	20
	Los objetivos son establecidos claramente. Los objetivos están ligados con la estrategia de desarrollo de la cuenta clave. Demuestran una conexión factible con el análisis del cliente.	Los objetivos son establecidos claramente. Están ligados con la estrategia de desarrollo de la cuenta, pero no demuestran una conexión factible con el análisis del cliente.	Los objetivos son establecidos claramente, pero no están ligados a la estrategia.	Los objetivos demuestran cierto grado de coherencia y claridad. No se observa una conexión entre ellos y al análisis del cliente.	Los objetivos no son claros ni coherentes con la estrategia de la cuenta clave. No hay una conexión factible con el análisis del cliente.	No se muestran objetivos claros. No existe una conexión entre los objetivos y la estrategia planteada.	
4. Señala los planes de desarrollo de la cuenta	Equivalencia: 20 puntos	Equivalencia: 18 puntos	Equivalencia: 16 puntos	Equivalencia: 14 puntos	Equivalencia: 12 puntos	Equivalencia: 10 puntos	20
	Hay una estrategia claramente establecida. Se determina el valor añadido para el cliente (cuenta clave).	Hay una estrategia claramente establecida. Se determina el valor añadido para el cliente (cuenta clave).	La estrategia queda establecida de manera clara y determina el valor añadido al cliente. No demuestra grado de coherencia con los objetivos, ni	La estrategia es claramente establecida, pero no determina el valor añadido al cliente ni manifiesta concordancia con los objetivos.	Se establece una estrategia simple, pero no hay una concordancia con objetivos ni demuestra un valor añadido para el cliente.	No es posible observar una estrategia establecida en el plan de desarrollo de la cuenta clave.	

	Es coherente con los objetivos y señala claramente cuáles son los recursos clave.	Es coherente con los objetivos, pero no señala claramente cuáles son los recursos clave.	señala los recursos clave.				
5. Define los alcances del plan de premios	Equivalencia: 20 puntos Establece claramente los objetivos del plan de premios. Señala los participantes del equipo que se verán beneficiados por el plan. Establece los premios y los tipos de premios. Establece las proporciones de los premios. Señala el presupuesto destinado.	Equivalencia: 18 puntos Los objetivos del plan de premios son claros. Señala los participantes que se verán beneficiados y las proporciones y tipos de premios. No establece el presupuesto destinado para el plan de premios.	Equivalencia: 16 puntos Los objetivos del plan de premios son claros. Señala los participantes que se verán beneficiados y las proporciones y tipos de premios. No establece el presupuesto destinado para el plan de premios.	Equivalencia: 14 puntos Los objetivos del plan de premios son claros, pero no señala algún otro requerimiento del plan.	Equivalencia: 12 puntos Los objetivos del plan de premios no son claros, pero señala los participantes beneficiados.	Equivalencia: 10 puntos Los alcances del plan de premios son limitados e incompletos, pues cumple parcialmente con alguno de los elementos requeridos.	20