

Evidencia

En este curso se busca que conozcas técnicas y sistemas de administración de cuentas para que te conviertas en un valioso activo de las empresas. El principal recurso de las compañías son sus clientes, y aún más, sus clientes clave. Mantenerlos y desarrollarlos es una tarea difícil que implica grandes habilidades de organización y de relaciones humanas.

Tres grandes áreas se contemplan en este plan:

1. Primero aprenderás cómo analizar las cuentas de una compañía, algunos clientes aunque generen mucho volumen de ingreso pueden resultar en pérdidas netas a la hora en que se analice, otros clientes menores que no aparentan ser importantes pueden resultar de los más rentables para la empresa. Distinguirlos es un factor importante para la buena administración de cuentas clave.
2. En la segunda parte del proyecto tendrás que definir las estrategias y las tácticas necesarias para capturar, mantener y desarrollar relaciones con los clientes.
3. El tercer punto del proyecto contempla las acciones concretas para implementar sistemas de administración de cuentas clave en las empresas.

En cada tema tendrás que desarrollar una de las etapas del proyecto del curso, estas entregas te ayudarán a recibir retroalimentación por parte del facilitador, la cual deberás integrar en la entrega final del curso.

Entrega final

En la evidencia final del curso debes entregar:

Análisis de la cuenta clave

El análisis de la principal **cuenta clave** sobre la que trabajaste en el curso debe incluir:

- Análisis de las fuerzas de la industria (Análisis PEST)
- Análisis de los objetivos del cliente
- Análisis de la cadena de valor
- Proceso de compra del cliente y análisis de necesidades de información
- Historia de compras con el cliente

Plan de cuentas clave

El plan de cuentas clave que desarrolles debe incluir lo siguiente:

Resumen ejecutivo

Plan

A. Posición actual

- A.1. Equipo de cuenta de la compañía
- A.2. Principales contactos/relaciones con el cliente
- A.3. Historia del cliente con la compañía
- A.4. Problemas actuales

B. La empresa del cliente

- B.1. Posición en el mercado
- B.2. Papel/participación en el mercado
- B.3. Entorno del mercado/empresa
- B.4. Oportunidades clave y amenazas para el cliente
- B.5. Posición competitiva: fortalezas y debilidades
- B.6. Objetivos del cliente
- B.7. Estrategia del cliente

C. Objetivos y estrategias de la compañía

- C.1. Factores críticos del éxito para el cliente
- C.2. Entorno de la compañía en este cliente
- C.3. Oportunidades y amenazas para la compañía
- C.4. Posición competitiva: fortalezas y debilidades de la compañía
- C.5. Objetivos de la compañía
- C.6. Estrategias comerciales de la compañía
- C.7. Estrategias de relación de la compañía
- C.8. Riesgos, dependencias y barreras

D. Acción y examen

D.1. Plan de acción clave

D.2. Examen

Definición del plan de premios

En la definición del plan de premios debes incluir:

- Objetivos del plan de premios para el equipo de cuentas clave.
- Participantes que se ven involucrados en el plan de premios.
- Los premios y tipos de premios.
- Proporciones de los premios.
- Presupuesto destinado.

Criterios de evaluación

1. Analiza la cuenta clave
2. Demuestra comprensión de la KAM
3. Muestra objetivos del desarrollo de cuentas
4. Señala los planes de desarrollo de la cuenta
5. Define los alcances del plan de premios

Entregables

Archivo con plan de cuentas clave, plan de premios y análisis de la cuenta.