

Corso - Kurs

4/1619 - Key Account Management

Pianificare e gestire il business con i Clienti Chiave.

Il valore delle risorse KAM nella strategia d'impresa 4.0

Ente organizzatore - Organisator

CTM – Centro di Tecnologia e Management Srl, Via Macello 57, 39100 Bolzano

Riservato alle aziende associate ad Assoimprenditori Alto Adige

Referente corso: Elisabetta Bartocci (e.bartocci@assoimprenditori.bz.it)

Destinatari - Zielgruppe

Sales Manager – Key Account Manager - Project manager - Marketing Manager - Rete commerciale dedicata

Prerequisiti - Voraussetzungen

• Conoscenze

- Essere direttamente coinvolti nel processo di gestione dei clienti chiave
- Possedere una esperienza pratica e aver sviluppato tale esperienza nella propria realtà lavorativa

• Capacità

- Comprendere il processo di sales management anche in situazioni negoziali complesse
- Saper gestire la negoziazione con differenti interlocutori negoziali

• Atteggiamenti

- Orientamento al cliente, allo sviluppo del business al profitto d'impresa

Green Pass: Secondo la normativa vigente, per la partecipazione al corso in presenza è necessario il certificato verde.

Obiettivi - Ziele

Identificare e sviluppare elementi distintivi su cui creare e generare processi di KAM (Key Account Manager) nei differenti ambiti:

- La gestione del processo KAM, su clienti chiave a valore distintivo per il business aziendale.
- La conduzione di processi KAM condotta su differenti fronti strategici del cliente e su piani commerciali produttivi, amministrativi e logistic, sia a livello centrale che locale.
- Saper posizionare e gestire processi KAM all'interno di business unit settoriali su target di mercato.

Contenuti - Inhalte

PRIMA GIORNATA

- Lo sviluppo di un processo KAM.
- L'analisi delle principali fasi in cui si sviluppa un processo KAM: criteri e metodi.
- La mappatura strategica dei Key Account: chi sono, come identificare i clienti strategici, con quali criteri segmentare il portafoglio attuale, per quali sviluppi del business'
- Nel processo di identificazione quali sono i dati che strutturano le informazioni chiave?
- Su quali informazioni elaborare una segmentazione strategica dei clienti chiave?
- Gli stadi della relazione strategica con i differenti centri di potere.
- Saperli definire e saperli riconoscere.
- Integrarsi nei circuiti decisionali degli attori coinvolti in un cliente chiave.
- Le logiche negoziali che si incontrano in un cliente chiave.
- La costruzione della mappa decisionale per centri di potere.
- Strategie di influenzamento e giochi di potere: criteri e metodi gestionali.

ESERCITAZIONI PRATICHE

SECONDA GIORNATA

- Carichi di lavoro e struttura strategica dei processi. CPA – Chose Priority Action: la gestione delle attività e i criteri decisionali per centri di potere.
- Trasformare la strategia in un piano operativo: come, in che modo e per quali risultati.
- La matrice KAM fatturato/profitto.
- Saper costruire un "Progetto Cliente".
- Key account planning: lo sviluppo del piano cliente.
- La dimensione organizzativa del KAM: come organizzare e gestire le risorse strategiche sui clienti chiave sia interne che esterne.
- Ambiti di responsabilità del KAM.
- Saper convergere risorse e strutturare matrici di competenza
- Global account management : l'internazionalizzazione di un processo di integrazione condotto in chiave di KAM.

ESERCITAZIONI PRATICHE

TERZA GIORNATA

- Esigenze dei clienti e approcci commerciali nel sistema del cliente.
- La struttura del processo di vendita .
- Come guidare le scelte commerciali in chiave di sviluppo del cliente.
- Il piano di vendita e la comunicazione persuasiva.
- Metodi e pratiche negoziali.
- Definire e applicare la strategia commerciale su clienti chiave.

ESERCITAZIONI PRATICHE

QUARTA GIORNATA

- La gestione delle differenti riunioni con più interlocutori su criteri negoziali a volte complessi .
- La presentazione del piano di sviluppo davanti a più interlocutori.
- Saper parlare in pubblico.
- Creare presentazioni efficaci: Sales Presentation Visual.
- Guidare la conversazione .
- in una presentazione davanti a più interlocutori.
- La gestione di situazioni conflittuali nel sistema cliente.

ESERCITAZIONI PRATICHE

Docente - Kursleiter

Dr. Ing. Cominetti B. Eliano

Lingua di insegnamento - Unterrichtssprache

Italiano

Durata/calendario/orario - Dauer/Kalender/Stundenplan

Quattro sessioni in presenza della durata di 7,5 ore, intervallate tra loro da circa 21 giorni lavorativi per un totale di 30 ore complessive.

17 febbraio 2022

25 marzo 2022

21 aprile 2022

20 maggio 2022

Dalle ore 8.30 alle 13.00 e dalle 14.00 alle 17.00

Luogo di svolgimento - Abhaltungsort

Assoimprenditori Alto Adige, Via Macello 57, 39100 Bolzano

Termine di iscrizione - Anmeldeschluss

7 febbraio 2022

Quota di partecipazione - Teilnahmegebühr

€ 990,00 + IVA

Materiale didattico compreso

Per le aziende aderenti a Fondimpresa la quota può essere finanziata completamente attraverso il “Conto formazione aziendale”. Le aziende associate ad Assoimprenditori possono richiedere assistenza a CTM per la presentazione della domanda.

Attestato di frequenza – Teilnahmebestätigung

Al termine dell’attività formativa ogni partecipante che ha frequentato almeno l’85% delle ore totali, riceve un attestato di frequenza.