

## Plan de captación de clientes industriales

📅 16, 23 y 30 de noviembre de 2022, miércoles

Inscríbete



**Fechas:**

16, 23 y 30 de noviembre, miércoles

**Presencial**



**Videoconferencia**



**Horario:**

de 9:00 a 15:00 h.



**Precio especial para socias/os**

y actividad bonificable por FUNDAE

[Pulsa AQUÍ para ver los precios](#)

Inscríbete

## Profesor



### Javier Moreno Oto

Representante en exclusiva de la metodología SPQ para España. Director de DEKER Consultores de Marketing. A lo largo de su trayectoria profesional ha ocupado puestos de dirección comercial en empresas del ámbito de la distribución comercial, la consultoría, la investigación de mercados y la compra-venta. Durante los últimos 20 años ha combinado su carrera profesional con su actividad como conferenciante y docente a más de 50.000 profesionales y directivos en el área de ventas, habilidades comerciales y comunicación interpersonal. Es además colaborador y ponente habitual en multitud de cámaras de comercio, empresas e instituciones de primer nivel nacional e internacional en países como Alemania, Italia, Reino Unido, Islandia o Estados Unidos.

Es licenciado en Ciencias de la Comunicación con especialidad en Publicidad por la Universidad del País Vasco. MBA en Administración y Dirección de Empresas, Máster en Dirección de Comercio Internacional. Título Experto en Desarrollo Personal y Liderazgo de Equipos. Diploma avanzado en Coaching de Equipos. Experto en selección de personas y desarrollo de competencias comerciales. Miembro de AMA – American Marketing Association, ESOMAR – European Society for Opinion and Market Research, AEDEMO – Asociación Española de Estudios de Mercado Marketing y Opinión y miembro fundador del Consorcio de Inteligencia Emocional. Consultor certificado en metodología de roles de equipo. Coach de equipos comerciales. Director de DEKER Consultores de Marketing.

Toda empresa debe conseguir clientes/as, pero además, los esfuerzos comerciales dirigidos a estas personas clave generan retornos de magnitud muy superior a otros esfuerzos no específicos, y es que vender mejor conlleva frecuentemente, vender menos pero incrementar los márgenes y tratar con los clientes/as adecuados.

Por ello es necesario incrementar el número de acciones de contacto con la persona compradora, calcular su dimensión futura, identificar expectativas y desarrollar acciones selectivas que aprovechen y retengan a estos consumidores/as a lo largo del tiempo.

Este curso presenta de un modo coherente e integrador las herramientas comerciales y de marketing necesarias para captar más negocio en menos tiempo. Todo ello mediante soluciones probadas que integran el análisis del consumidor/a, las técnicas de prospección sistemática del mercado y la mejora de la efectividad del equipo de ventas.

## PROGRAMA

### Módulo 1. La ecuación de ventas y el plan de captación de clientes/as

1. La ecuación de ventas y su incidencia en nuestro plan de acción.
2. ¿Por qué no estamos vendiendo más? Los mejores equipos se comportan diferente.
3. Cuestionario de diagnóstico sobre acción comercial y orientación al cliente/a.
4. Nuestra acción comercial: cantidad vs calidad.
5. Introducción al programa de captación.

### Módulo 2. ¿Qué segmentación conviene para optimizar la labor de venta?

- Definición de criterios básicos de segmentación.
- Cómo calcular el valor de cada tipo de cliente/a.
- Tasa de fidelidad, tasa de deserción y esperanza de vida del o de la cliente/a.
- La pirámide de clientes/as como herramienta de gestión en el canal.
- Máximas aplicables a la gestión de cartera y de grandes cuentas.
- Plan de captación, fidelización, escalado y retención.
- La base de datos como fondo de comercio.

### Módulo 3. La prospección del mercado y la captación sistemática de clientes/as

- Investigar el mercado vs. prospectar el mercado.
- Top Performers: El factor humano en la captación de clientes/as.
- Dimensionamiento del mercado por tipos de clientes/as.
- ¿Dónde están nuestros clientes? Geolocalización de clientes/as.
- Técnicas y claves de prospección: que hemos aprendido tras cientos de proyectos.
- Herramientas on – off: omnicanalidad.
- Ejecución del plan de prospección: de comienzo a fin.

### Módulo 4. Inversión óptima para captar y vincular clientes/as.

- Caracterización y captación de clientes/as de alto valor.
- Definir los/as clientes/as con capacidad de escalar.
- Pasos y técnica de venta consultiva vs. venta desafiante vs. replicante.
- Dimensionamiento de recursos.
- Nº de visitas/ contactos óptimos.
- Establecimiento de sistemas de visita, circuito y ruta.
- El famoso “problema del viajante”.
- Racionalización de tiempos y recursos.
- Los 6 estilos de compra del o de la cliente/a.

**Caso práctico:** Consecuencias y cálculo del coste de las deserciones y captaciones.

### **Módulo 5. Definición y control de objetivos por segmentos.**

- Métrica comercial.
- Objetivos ESMART.
- De comunicación.
- De cierre de ventas.
- De notoriedad.
- De posicionamiento.
- De escalado.
- De facturación.
- De margen.
- De fidelización
- Otros...

### **Módulo 6. Plan de acción inmediatamente posterior**

- A través de un check list y un conjunto de plantillas de gran utilidad operativa.

## **INFORMACIÓN GENERAL**

### **Objetivos:**

- Captar un 30% más de público a la vez que se aplican criterios de eficiencia comercial y mejora de la rentabilidad.
- Vender más y mejor. Potenciar la capacidad comercial de las personas involucradas de forma directa o

indirecta en el proceso comercial.

- Elevar el nivel de motivación actual, aumentando la fortaleza mental de las personas participantes, ante el propio desgaste que su pone la actividad comercial diaria.
- Profesionalizar la labor de prospección y mejorar la efectividad de las personas, las técnicas y los procedimientos mediante el trabajo en equipo.
- Mejorar las competencias comerciales y transversales, alcanzando así un equipo más sólido, eficaz en la tarea, cuidadoso con la persona, y perfectamente orientado al objetivo.
- Aplicar un enfoque científico a la actual gestión integral de clientes/as y equipos.

### Metodología

- Práctica e interactiva mediante la combinación de contenidos y ejemplos reales.

Dirigido a:

- Este curso está especialmente dirigido a responsables de ventas, técnico/a-comerciales, responsables de marketing, conscientes de la necesidad de captar más o nuevo negocio.

**Fechas:**

16, 23 y 30 de noviembre, miércoles

**Número de sesiones:**

3

**Horario:**

de 9:00 a 15:00 h.

**Número de horas:**

18

Elige la modalidad que mejor se adapte a ti:

**Presencial\***

Club de Marketing de Navarra

**Videoconferencia\***

Aula virtual, Zoom

## INSCRIPCIONES

**Socios/as:**

480 €

**No socios/as:**

600 €

[Únete a la asociación](#)

Actividad bonificable por la Fundación Estatal para la Formación en el Empleo. Las empresas socias pueden solicitar su tramitación gratuita indicándolo en la inscripción web con al menos dos días de antelación



Para más información:

948 290155

Inscríbete