

# Key Account

## Gestire i Clienti Strategici

03 GIORNI

## OBIETTIVI

Fornire gli elementi professionali per un ruolo sempre più importante. Relazionarsi con i clienti chiave non è più solo un compito ma una necessità strategica per l'azienda. I clienti sono il bene supremo, alcuni sono il valore stesso dell'azienda. Come tenerli collegati? Come sedurli (portarli verso) costantemente? Come interpretarli? Come anticiparli? Come leggerli?



*"Datemi un punto d'appoggio e vi solleverò il mondo"*

ARCHIMEDE

## PROGRAMMA

### Globalizzazione dei mercati

- > Le 5 tendenze dello scenario
- > Mercati saturi richiedono nuovi posizionamenti
- > Strategie: hanno ancora senso?
- > La strategia della flessibilità
- > Nuovo rapporto cliente e fornitore
- > Nuovi bisogni (senza dimenticare i vecchi)
- > Un nuovo ruolo: key account
- > La psicologia del ruolo
- > Le abitudini che il ruolo impone
- > Le capacità fondamentali che il ruolo esige

### Il ruolo strategico del cliente

- > Il mio cliente: lo conosco?
- > Il sistema di gestione della clientela (CRM)
- > Il data base clienti
- > La customer satisfaction: cos'è e soprattutto come la misuro?
- > Quali strumenti utilizzare
- > Come portare informazioni in azienda
- > Come leggere il futuro
- > Scoprire le competenze distinte

### Clima e cultura nell'impresa orientata al cliente

- > Il sistema delle aspettative
- > Delega, controllo e decisionalità
- > Canali e reti: leggere l'azienda
- > Lo sviluppo della complessità
- > Il project management come risposta organizzativa alla complessità
- > Dal sistema gerarchico al teamwork: consigli per team efficaci

### La gestione del tempo

- > Il tempo come variabile competitiva
- > Le attività che rubano il tempo

- > Che fare?
- > Emergenza o urgenza
- > Lavorare senza affanni riduce gli errori e lo stress
- > Un metodo per la gestione del tempo
- > Unire traguardi personali e aziendali
- > Ogni cosa merita il suo tempo
- > Definire cosa è prioritario, cosa è utile e cosa ha valore
- > Delegare è guadagnare tempo
- > Delegare è costruire responsabilità

### La comunicazione

- > La comunicazione esterna e interna
- > L'immagine aziendale: la misura?
- > La comunicazione interpersonale
- > I comportamenti induitivi
- > Principi di comunicazione profonda
- > Capire e farsi capire
- > Parlare in pubblico è proiettare una immagine positiva di sé e dell'azienda
- > Cos'è l'attrattività
- > Le tre tecniche fondamentali

### La negoziazione

- > Gestire conflitti di competenza
- > La doppia appartenenza
- > La gestione delle riunioni
- > Le cornici mentali più adatte
- > Le inerzie al lavoro: scopriamole ed eliminiamole
- > Superare momenti difficili: imbarazzi, manipolazioni, aggressività
- > Le tre regole del buon negoziatore

### Il controllo economico

- > Il conto economico
- > Il budget per definire e capire il rapporto con la clientela

- > Il controllo di gestione: quali strumenti? Quali indicatori?
- > Timing delle attività

### Il master plan e il suo controllo

- > Pianificare è rispettare gli obiettivi di tutti
- > Certezza e incertezza convivono in piani ben fatti
- > Il piano è strategia in azione
- > Lo schema di base di un piano
- > Problemi, vincoli, opportunità, risorse
- > L'utilizzo dei fogli elettronici per incanalare l'incertezza
- > Utilizzare la rete per lavorare in tempo reale

### La valutazione delle performance

- > Controllare è costruire il futuro
- > Gli indicatori come leve per comprendere le varie facce della realtà
- > Il feed back come elemento di coerenza
- > Controllare è gestire
- > Gestire gli scostamenti come azioni



## PARTECIPANTI



Venditori, manager d'area o di prodotto, responsabili di reparto e/o settore interessati a conoscere gli aspetti di una posizione ormai considerata cruciale.

## EDIZIONI

# 2020

Milano, 15-16-17 Gennaio  
Milano, 1-2-3 Aprile  
Milano, 22-23-24 Giugno  
Milano, 7-8-9 Ottobre

# 2021

Milano, 13-14-15 Gennaio  
Milano, 14-15-16 Aprile  
Milano, 21-22-23 Giugno  
Milano, 6-7-8 Ottobre

## ISCRIZIONI

SINGOLA € 1.675 (+IVA) per l'iscrizione di un partecipante

MULTIPLA -15% a persona per:  
• 2 o più iscritti alla stessa edizione del corso  
• 9 o più iscrizioni nell'arco di 12 mesi a diversi corsi a catalogo

### COME ISCRIVERSI

+39 02 38010666

+39 02 38010871

[www.scuoladipaloalto.it](http://www.scuoladipaloalto.it)

[informazioni@paloaltoscuola.it](mailto:informazioni@paloaltoscuola.it)