



Seminario

# Captación, negociación y manejo de clientes

## Presentación

La gestión de cuentas permite asegurar la competitividad y el futuro de las empresas; de allí la importancia de optimizar recursos y en enfocarlos hacia los mejores. Los responsables de cuentas son los encargados de construir, desarrollar y mantener relaciones ganar/ganar con clientes en términos de ventas, satisfacción y fidelidad, implementando estrategias comerciales y de marketing para mantenerlos motivados y con compras regulares de los productos comercializados por la empresa.

**Título:** Captación, negociación y manejo de clientes.

**Objetivo General:** desarrollar en los participantes habilidades y competencias que permitan gestar, cautivar, fidelizar y potenciar a diversos públicos objetivos con elementos diferenciales en los procesos de ventas, atención y satisfacción que permitan el cumplimiento de los objetivos estratégicos de las organizaciones.

**Modalidad de acción formativa:** Seminario 24 horas.

**Competencias a adquirir por el participante:** al finalizar el seminario, los participantes estarán en capacidad de:

- Captar y generar espacios diferenciales para el diseño de experiencias de servicio y venta.
- Aumentar tu cartera de clientes.
- Ejecutar de manera efectiva procesos de negociación.
- Implementar tácticas para atracción y fidelización de diversos tipos de clientes.
- Generar relaciones más que facturaciones.

## Estructura temática

### I Presentación

- Conceptualizaciones, tipos de cuentas y su relación con los equipos comerciales.
- Relación e impacto entre las cuentas y los objetivos estratégicos.

### II Gestión y equipos comerciales

- Formación del equipo de venta.
- El arte de las ventas.
- Objetivos tácticos del comercial.
- Metodología de reproducción de clientes.
- Técnicas para la atracción, búsqueda y fidelización de clientes.
- Cuando es conveniente e inconveniente la aplicación del KAM.

### III Cuentas Claves: Objetivos comerciales, estratégicos y valor agregado

- Direccionamiento del Valor Percibido por los clientes clave.
- Diferenciación esencial con el Valor Agregado.
- Objetivos comerciales del equipo comercial, tendientes a fidelizar y anclar clientes rentables.
- Determinación del precio estratégico.
- Los dos objetivos comerciales fundamentales, ante clientes claves.
- Procesos de negociación.
- Ciclo vital de la relación: proveedor con el cliente.
- Determinación de las principales causas de pérdida de clientes.

### IV Venta profesional

- Situación comercial ante clientes complejos en el nuevo milenio.
- Fases de la toma de decisión de una Unidad de Negociación.
- La venta profesional, como parte de la Negociación compleja.
- Herramientas y estilos de negociación.
- Actitudes de un comité negociador.

---

**Duración: 24 horas.**

**Criterios de aprobación y certificación: 80% de asistencia al proceso de formación.**

## Contáctanos

**Lina María Hurtado Martínez**

**Correo:** lmhurtadom@ucompensar.edu.co

**Cel.:** 315 490 5594

**Julián Galindo Hernández**

**Correo:** jagalindoh@ucompensar.edu.co

**Cel.:** 322 842 0612

---

entrenamientocorporativo@ucompensar.edu.co

---