



INFORMACIÓN GENERAL

FECHAS Y LUGAR DE REALIZACIÓN. El Seminario se celebrará los días Madrid, 19 y 20 de Mayo de 2009 en la sede IE Business School situada en la calle Castellón de la Plana 8, Madrid, según el horario que figura en el programa.

DOCUMENTACIÓN. Todos los asistentes al Seminario recibirán el material didáctico que se utilice en las jornadas. Esta documentación será un manual de obligada consulta para resolver cualquier duda o interrogante sobre el tema.

DERECHOS DE INSCRIPCIÓN. El precio total del Seminario será de 1.850 euros, incluyendo además de su asistencia a las sesiones, la documentación, los almuerzos y los cafés. Los Antiguos Alumnos de Programas Master de IE Business School, podrán acceder a una bonificación del 10% y para miembros de la Asociación de Antiguos Alumnos de IE Business School la bonificación será del 30%. Podrá beneficiarse de una **bonificación del 5% de la cuota** si realiza la inscripción y hace efectivo el pago 4 semanas antes de iniciarse el curso.

CANCELACIONES. En caso de no poder asistir al Seminario, una vez formalizada la matrícula, se devolverá el 90% del importe, siempre que se comunique con al menos tres semanas de antelación a la fecha del inicio. La sustitución de la persona inscrita por otra de la misma empresa podrá efectuarse hasta el día anterior del inicio del programa.

CERTIFICADO. Los participantes recibirán un certificado acreditativo de su participación en el Seminario.

ALOJAMIENTO. Con objeto de facilitar el alojamiento a las personas de fuera de Madrid, IE Business School mantiene acuerdos de colaboración con diferentes hoteles próximos a la Escuela, donde se ofrecen interesantes descuentos para los asistentes al curso.

DIVISIÓN DE PROYECTOS IN-COMPANY. Executive Education de IE Business School a través de su división de Proyectos In-Company, ofrece la posibilidad de desarrollar acciones de formación y consultoría, tanto en el ámbito nacional como internacional, acordes con las necesidades específicas de su empresa. Pueden ampliar esta información en el teléfono 91 745 47 61.

Key Account Management: Gestión estratégica de Clientes

Madrid. 19 y 20 de Mayo de 2009

Key Account Management: Gestión estratégica de Clientes



FORMALIZACIÓN DE LA MATRÍCULA

La formalización de la matrícula se podrá realizar:

- Por teléfono:
902 30 21 30 / 91 745 47 60
- Por correo electrónico: enviando sus datos a la dirección:
inscripciones@ie.edu
- A través de nuestro Boletín de Inscripción on-line, disponible en nuestra web:
http://www.execed.ie.edu/programas_abiertos

La inscripción se realizará por riguroso orden de reserva.

Para contactar con el
Centro Innova en Producción-Distribución

Director, **Profesor Fernando Sánchez Suárez.**
Subdirectora, **Belén Sandoval Rodríguez.**
Directora Adjunta, **Ana Sánchez Linares.**

Centro Innova en Producción-Distribución

IE Business School
C/ Serrano, 118, Bajo Derecha.
28006 Madrid
Tel: (34) 91 782 00 40
Fax: (34) 91 564 07 11
e-mail: fernando.sanchez.suarez@ie.edu
belen.sandoval@ie.edu
ana.sanchez@ie.edu

IE BUSINESS SCHOOL
Castellón de la Plana, 8 - 28006 Madrid
Tel: 902 30 21 30
Fax: 91 561 77 68
e-mail: pilar.garcia@ie.edu
http://www.execed.ie.edu/programas_abiertos

ie business school
Executive Education

Castellón de la Plana, 8. 28006 Madrid. España. UE
Tel.: (34) 902 30 21 30 - (34) 91 745 47 60
Fax: (34) 91 745 47 62
www.execed.ie.edu



ie business school
Executive Education

Madrid
19 y 20 de Mayo de 2009



EL CENTRO INNOVA EN PRODUCCIÓN-DISTRIBUCIÓN

Unidad especializada del IE, pionera en la elaboración y consolidación de una cuidada oferta formativa en la nueva filosofía de “Channel Management”.

Su objetivo es crear y mantener un FORO global y multisectorial de Información, Formación e Investigación en materia de innovación en las relaciones “Producción-Distribución”.

METODOLOGÍA

El seminario tendrá un carácter eminentemente práctico. A través de conferencias y casos de empresa, el participante podrá descubrir las nuevas herramientas para la creación, gestión y mantenimiento de los planes de cuenta, y poder así aprovechar su valor.

Además, la propia dinámica del seminario brinda la oportunidad de compartir experiencias y generar contactos profesionales entre profesores y asistentes.

A QUIÉN VA DIRIGIDO

Dirigido a directivos de todos aquellos sectores en los que se opere con clientes de gran peso dentro del portfolío de la empresa, en constante preocupación por la “Customer Satisfaction”.

Entre otros, va dirigido a Directores Generales, Directores Comerciales, Directores de Marketing, Directores de Compras, Directores de Organización, Directores de Calidad, Accounts Managers, Equipos de Preventa, Product Managers, Brand Managers y Responsables de Trade Marketing.



OBJETIVOS

Desde hace ya unos años, la filosofía del *Key Account Management* va más allá de la mera venta tradicional a los clientes “de siempre”. Se puede decir que se trata de una visión estratégica y planificada para la unificación de intereses y acciones entre el comprador y el vendedor. Es además, una oportunidad para ambas partes de crecer, hacerse con más mercado y ahorrar costes; pero requiriendo de una innovación, de una investigación y desarrollo y de una estructura de costes adecuada. Todo esto se ha de analizar y gestionar para seleccionar las *Key Accounts* de la empresa y mantenerlas a lo largo del tiempo.

En este seminario se realizará un profundo análisis de la decisiva importancia de los *Key Customers*, su repercusión en los resultados operativos y sus características singulares, que exigen una aproximación metodológica, especializada y actual.

En definitiva, se pretende otorgar al asistente los conocimientos y habilidades necesarias para:

- Analizar, identificar y priorizar las *key accounts* para valorar los recursos, los costes, los beneficios y los riesgos.
- Definir las implicaciones internas para una empresa del rol que juegan los *Key Account Managers*, para que éstos puedan desarrollar estrategias apropiadas y planes de negocio personalizados para cada *key customer*.
- Desarrollar el tratamiento adecuado de cara a múltiples interlocutores, en diferentes niveles y emplazamientos, a través de los distintos canales de comercialización.
- Capacidad para la elaboración simultánea y compleja de los cierres de períodos concretos a corto plazo, junto con el establecimiento de relaciones sólidas a largo.

Programa

Martes, 19 de Mayo

9,00 a 9,15 h.
Acreditación y recogida de la documentación.

9,15 a 9,30 h. Inauguración del programa.

9,30 a 11,00 h.
DE LA GESTIÓN DE VENTAS TRADICIONAL AL NUEVO CONCEPTO DEL ACCOUNT MANAGER

- El key account management: desde el servicio a la visión estratégica de las Grandes Cuentas. La Organización: FIC.
- El nuevo enfoque estratégico de la acción de ventas del proveedor hacia el comprador.

D. Fernando Sánchez Suárez, Profesor de IE BUSINESS SCHOOL

11,00 a 11,30 h. Café.

11,30 a 13,00 h.
DIMENSIONES DE LA DIRECCIÓN COMERCIAL DE PERSONAS: OBJETIVOS, ESTRUCTURA Y EMOCIONALIDAD

- La satisfacción de las personas del equipo comercial.
- La creación de la Comunidad en torno a objetivos, metas y expectativas comunes.

Dña. Remedios Torrijos, Gerente del Centro de Liderazgo y profesora de Executive Education de IE BUSINESS SCHOOL

13,00 a 14,30 h.
CÓMO LIDERAR Y MOTIVAR AL EQUIPO DE VENTAS MÁS ALLÁ DE LAS COMISIONES

- Desde el universo de lo posible: Pautas para buscar y aprovechar las oportunidades.
- Cediendo la batuta para dirigir desde cualquier lugar: Las motivaciones intrínsecas.

Dña. Remedios Torrijos, Gerente del Centro de Liderazgo y profesora de Executive Education de IE BUSINESS SCHOOL

14,30 a 16,30 h. Almuerzo.

16,30 a 18,00 h.
“EL VENKETING”: DE LA MIOPIA A LA NUEVA ORGANIZACIÓN. LA LABOR DEL KEY ACCOUNT MANAGER

- ¿Cómo se entiende ahora: Marketing y Ventas?
- El Marketing y las ventas han muerto: ¿ha nacido el VenKeting!
- Cambios en el entorno y en los clientes.

D. Luis M^a García Bobadilla, Profesor en el Departamento de Empresa de la UNIVERSIDAD EUROPEA DE MADRID y en el de la UNIVERSIDAD REY JUAN CARLOS

18,00 a 19,30 h.
GESTIÓN ESTRATÉGICA DE CLIENTES EN GRAN CONSUMO: ANÁLISIS Y DESARROLLO DE UN CASO PRÁCTICO

- Modelo evolutivo de la relación comercial fabricante-distribuidor.
- Modelo de evaluación de clientes.
- Implicaciones estratégicas, de gestión y organizativas.

D. Javier Roza, Director General del GRUPO BONGRAIN España y Profesor Asociado del Área de Dirección Comercial y Marketing de IE BUSINESS SCHOOL

Miércoles, 20 de Mayo

9,30 a 11,00 h.
DE LA AGRESIVIDAD EN VENTAS A LA VENTA POR ASESORAMIENTO: MODELO KAM EN UNA MARCA “MÉDICA Y PROFESIONAL”

- La profesionalización del KAM: gestión óptima de los clientes clave.
- La importancia del “Servicio”: no “qué vender” sino “cómo vender”.

Dña. Cristina Nocchi, Key Account Manager para Skinceuticals, GRUPO L'OREAL

11,00 a 11,30 h. Café.

11,30 a 13,00 h.
DE LA GESTIÓN TRADICIONAL AL MODELO KAM EN EL CANAL HOSTELERÍA: RETOS Y OPORTUNIDADES

- Las claves del Key Account Management en Hostelería: factores diferenciales.
- Implicaciones organizativas de la aplicación de este modelo de gestión particular.

D. Javier Segarra, Director Comercial de Hostelería del GRUPO MAHOU-SAN MIGUEL

13,00 a 14,30 h.
¿CÓMO CONSEGUIR DUPLICAR LA CIFRA DE NEGOCIO? EL KAM EN EL SECTOR PERFUMES Y COSMÉTICOS

- Claves de éxito en la gestión de un KAM y en su Account Team: aspectos diferenciales en sus estrategias de negociación.
- La perspectiva dual del marketing en la gestión de las grandes cuentas:el consumer marketing y el trade marketing.

Dña. María Dolores Sánchez, Directora de Marketing, GIVENCHY PARFUMS, GRUPO LVMH

14,30 a 16,30 h. Almuerzo.

16,30 a 18,00 h.
EL MODELO KAM EN EL SECTOR DEL VIDEOJUEGO: ELEMENTO DIFERENCIADOR

- Estrategia “Blue Ocean” de Nintendo y las implicaciones en su política comercial.
- La función KAM en el sector del videojuego. Elementos claves en la gestión de grandes cuentas (Sell In = Sell Out).

D. Raúl de Francisco, Responsable de Control y Planificación Comercial, NINTENDO

18,00 a 19,30 h.
EL KAM: FACTOR CLAVE EN EL DESARROLLO DE UNA COMPAÑÍA

- Visión del plan anual: venta interna y externa de oportunidades.
- Negociación e implementación del plan promocional por cuenta: Control y Gestión.
- El ritmo de las enseñanzas: Conflicto departamental.

D. Ricardo Fernández, Director Cuentas Nacionales, SCHWEPES

19,30 a 19,45 h.
Clausura y entrega de certificados.

Ponentes

DE FRANCISCO, Raúl

Ha trabajado en NINTENDO España en el área financiera en diversos puestos como el de Responsable de Reporting y Presupuestación. Ha sido Controller de la División de Ventas en Bridgestone Hispania. En la actualidad y desde 2006 ocupa el puesto de Responsable de Control y Planificación Comercial en NINTENDO IBÉRICA.

FERNÁNDEZ ESTEBAN, Ricardo.

Ha trabajado en Colgate Palmolive, entre otros cargos, como Gerente de Cuentas Nacionales y Coordinador Europeo de Auchan. Desde el año 1994, trabaja en Schweppes, ocupando entre otras responsabilidades, la de Gerente de Cuentas Alimentación-Áreas Andalucía y Centro. Actualmente es Director de Cuentas Nacionales de SCHWEPES, S.A. Profesor Asociado de Executive Education de IE BUSINESS SCHOOL.

GARCÍA BOBADILLA, Luis M^a.

Ha trabajado en departamentos de Ventas, Marketing, y también en la Dirección General, en varias empresas Nacionales y Multinacionales: Playtex España, Johnson & Johnson, Effem – Mars, Grupo Fosforera Española, Albert Fisher Larios. Autor de artículos en revistas profesionales, y de capítulos en libros sobre marketing y ventas. En 2006 publicó “+Ventas”, ya en su tercera edición. Coautor de los siguientes tres libros: “La distribución: factor de diferenciación estratégica”. “La oferta comercial: producto y precio”. “El éxito en la venta: dirección y técnicas comerciales”. Actualmente en profesor en el Departamento de Empresa de la Universidad Europea de Madrid y en el de la Universidad Rey Juan Carlos; actividad que compagina con la de consultor empresarial.

NOCCHI, Cristina.

Ha desarrollado su carrera profesional en el ámbito de la consultoría, incorporándose en el año 2002 a Michael Page, como Consultora Senior. En el año 2006 se incorporó al Grupo L'Oreal, en la división de Cosmética Activa, empezando como Category Manager y Responsable Merchandising de la división. Actualmente ocupa el puesto de Key Account Manager para Skinceuticals, GRUPO L'OREAL. Profesora Asociada de Executive Education de IE BUSINESS SCHOOL.

ROZA MANZANO, Javier.

Ha desarrollado toda su carrera profesional en empresas de Gran Consumo, entre ellas, UNILEVER, en donde ha ocupado distintos puestos como la Dirección General del GRUPO UNILEVER en Portugal y posteriormente la Vicepresidencia de Marketing para UNILEVER EUROPA. Ha sido Director de Alimentación y Portugal de SCHWEPES IBERIA. Actualmente es Director General del GRUPO BONGRAIN en España, que comprende las empresas Mantequerías Arias y Angulo General Quesera. Profesor Asociado del Área de Dirección Comercial y Marketing del IE BUSINESS SCHOOL.

SÁNCHEZ ROS, M^a Dolores.

En el año 1999 se incorpora al Grupo LVMH, en donde ha asumido puestos de responsabilidad en departamentos de Marketing y Ventas en diferentes empresas del grupo. Ha sido Key Account Manager en GUERLAIN y actualmente es Directora de Marketing de GIVENCHY PARFUMS del Grupo LVMH. Profesora Asociada de Executive Education de IE BUSINESS SCHOOL.

SÁNCHEZ SUÁREZ, Fernando.

Ha desarrollado una dilatada carrera profesional en el Sector Consumo, en diferentes posiciones de marketing, hasta ocupar responsabilidades de alta dirección, en compañías nacionales y multinacionales. Antes de incorporarse al IE, era Consejero-Director General del Grupo francés RCL, para España, Portugal y Norte de África. Sus áreas de interés son el Marketing Estratégico (Segmentación-Posicionamiento- Branding) y el Retail Marketing. Desde hace algunos años, es Subdirector General, Director del Centro de Investigación “Innova Producción-Distribución” y Profesor de Marketing Estratégico de IE BUSINESS SCHOOL. Ha sido Asesor de diferentes Empresas, siendo en la actualidad Asesor del Comité de Dirección de varias compañías multinacionales.

SEGARRA MARTÍNEZ, Javier.

Ha desarrollado su carrera profesional en diferentes compañías: FRUDESA, como Jefe Nacional de Ventas; SCHWEPES, como Director de Alimentación, Director de Cuentas Hostelería y Director de Portugal, entre otros; CAPSA (Central Lechera Asturiana), como Director de Food Service (Hostelería), creando una nueva unidad de negocio para atender este canal. En la actualidad es Director Comercial de Hostelería del GRUPO MAHOU-SAN MIGUEL.

TORRIJOS ZURITA, Remedios.

Tras una dilatada trayectoria en el mundo de la consultoría, se incorporó en 2001 al IE para impulsar los programas de desarrollo directivo por competencias, como experta en Desarrollo Directivo y Executive Coaching por competencias. Práctica e innovadora, siempre busca resultados medibles que demuestren los frutos de sus programas formativos. Una filosofía que aprendió trabajando con equipos de dirección del área de Ventas en diversas compañías, como Telefónica Data, Vivavoce (actual The Phone House), Cersa.Radiobip y Sitel Ibérica, entre otras. Actualmente es Gerente del Centro de Liderazgo y profesora de Executive Education de IE BUSINESS SCHOOL, impartiendo programas de habilidades, a medida y programas de desarrollo, donde ha trabajado con empresas como Roche, Aena, Pfizer, Iberdrola, Airbus, el Consejo de Seguridad Nuclear o la Comunidad de Madrid.