



**CENTRUM
PUCP**

**Executive
Education**
SURCO

CURSO CORTO EDEX

Key Account Management y Trade Marketing



EdEx
Executive Education Programs



**CENTRUM
PUCP**

CURSO CORTO EDEX

Key Account Management y Trade Marketing



El nuevo entorno, caracterizado por un mundo virtual, la reducción del crecimiento, el incremento del poder de los clientes frente a los proveedores y una mayor concentración de las empresas, nos ha llevado a mercados mucho más competitivos, lo cual nos obliga a repensar la estrategia comercial y la forma de gestionar las cuentas claves de la organización a través de un proceso conjunto fabricante – distribuidor.

El curso enfoca aspectos de análisis, formulación de estrategias y decisiones claves, apoyados en las "mejores prácticas" nacionales e internacionales transmitidos a través de metodologías vivenciales.



Dirigido a

Gerentes de cuentas clave, Gerentes Comerciales asesores de clientes, así como para profesionales que desean extender o profundizar sus calificaciones en las disciplinas de distribución, comportamiento del consumidor y trademarketing.

Objetivos

- 🎯 Comprender el rol y responsabilidades de un Gerente de Cuentas Claves.
- 🎯 Organizar una propuesta de valor alineada a las expectativas del cliente.
- 🎯 Clasificar y calificar a los clientes más valiosos.
- 🎯 Diseñar y estructurar un Plan de Cuentas Claves acorde con las necesidades del cliente y las prioridades de la empresa.
- 🎯 Comprender las funciones y tareas en el ámbito de la Gestión de canales de distribución y trademarketing dentro del entorno empresarial y de mercado.
- 🎯 Identificar las variables y factores que afectan la planificación de los canales de distribución y las acciones de trademarketing enmarcado en la creación de valor entre el fabricante y su distribuidor.



Integrar técnicas para administrar el portafolio de clientes de una manera estratégica.

Estructura y Contenidos

Sesiones 1 - 2

[Martes 25 de agosto](#)

Rol crucial del KAM

- Nuevo entorno y factores que impulsan al KAM.
- Beneficios del KAM
- KAM: funciones y competencias
- KAM y la creación de valor

Sesiones 3 - 4

[Martes 01 de septiembre](#)

Visión del cliente

- Auditoria comercial.
- Perspectivas del comprador: criterios de evaluación.
- Points of difference-points of parity
- Unique selling proposition

Sesiones 5 - 6

[Martes 08 de septiembre](#)

Cuentas Claves : Segmentación y Estrategias

- Los clientes y su impacto en la organización.
- Segmentación estratégica de clientes: criterios y fundamentos
- Iniciativas estratégicas para la fidelización de clientes
- Técnicas de crossselling

Sesiones 7 - 8

[Martes 15 de septiembre](#)

Plan de Cuentas Claves

- Planeamiento estratégico
- Atractividad de la industria del cliente clave
- Análisis del riesgo y estrategias del cliente clave
- Matriz de Ansoff
- Force Field Analysis

Sesiones 9 - 10

[Martes 22 de septiembre](#)

Plan de Cuentas Claves II

- Planeamiento Operativo
- Plan de acción
- Métricas de control

Sesiones 11 - 12

[Martes 29 de septiembre](#)

Planeamiento y Diseño del Canal de Distribución

- Estructura de costos , políticas e intensidad de la distribución
- Longitud y rol
- Arquitectura de precios en los canales

Sesiones 13 - 14

[Martes 06 de octubre](#)

Gestión y Organización del Trademarketing

- Herramientas de Organización
- Foto del Éxito
- Matriz de colaboración
- Variables de Gestión :Rentabilidad

Sesiones 15 - 16

[Martes 13 de octubre](#)

Trabajo Aplicativo Final



Expositor



Luis Bailly Velasco

El profesor Bailly es Doctor en Administración, Universidad Nacional Federico Villarreal, Perú. Magíster en Marketing, UPC, Perú. Bachiller en Ingeniería industrial, Universidad Nacional Federico Villarreal, Perú.

En relación a su experiencia profesional, se ha desempeñado como Ingeniero de Ventas y Superintendente de Operaciones de Aceros del Oriente-Grupo Armco. Gerente Regional de Ventas de Videotron, Montreal (Canadá) . Gerente de Ventas Retail, Precisión Perú.

Miembro fundador de Avance, firma que cuenta con 10 años de reconocido éxito y experiencia en labores de capacitación y consultoría para empresas privadas , públicas y entidades sin fines lucro.

Actualmente es docente en las Escuelas de Posgrado de la Universidad del Pacifico , UPC y Universidad Nacional Mayor de San Marcos en Perú y en Unitec University en El Salvador con 19 años de experiencia como facilitador en temas de dirección y gestión comercial.

En relación con su producción intelectual, es autor del libro: "Marketing educativo" (Editorial:Universidad Peruana Unión, 2002).

Actualmente es Profesor a tiempo parcial en CENTRUM PUCP Business School.





**CENTRUM
PUCP**

**Executive
Education
SURCO**

Duración

8 semanas

Clase/Día

Martes 25 de agosto

Todos los martes (frecuencia semanal)

Hora

1era sesión : 19:00 a 20:30

Break : 20:30 a 21:00

2da sesión : 21:00 a 22:30

Modalidad

Online, aula virtual sincrónica (en tiempo real)

Inversión

S/. 1,900

Consulta por nuestros descuentos.

El código de vestimenta a las sesiones de clase es Smart Casual. En ningún caso se podrá ingresar a CENTRUM PUCP o a las instalaciones y/o locales contratados por la escuela en ropa sport o deportiva (shorts, polos, tops, jean, sandalias, entre otros). Cualquier cambio eventual en la programación será comunicado oportunamente. CENTRUM PUCP se reserva el derecho de reprogramar los cursos, certificados, mallas y lugar de dictado.

Informes:

centrum.executivesurco@pucp.edu.pe

www.centrum.pucp.edu.pe

EdEx

Executive Education Programs

CUATRO ACREDITACIONES GLOBALES



DE EXCELENCIA ACADÉMICA



5 PALMES OF
EXCELLENCE

eduniversal

2017 Best Business Schools Ranking



EXECUTIVE EDUCATION

Nº **1** TOP **10**

en el Perú en Latinoamérica
Financial Times 2018