



Driving Strategic Sales Excellence through

KEY ACCOUNT MANAGEMENT

Τα εργαλεία του Key Account Management που οδηγούν στη μεγιστοποίηση των πωλήσεων – A Specialised Toolbox



Διοργάνωση:



Επιστημονική Υποστήριξη:



ΕΠΙΔΟΤΟΥΜΕΝΟ
ΑΠΟ ΤΟ
ΛΑΕΚ 0,24

TO CONCEPT

Ο πελατοκεντρισμός ως απαίτηση της αγοράς έχει επικρατήσει πλέον και στην Εφοδιαστική Αλυσίδα, με αποτέλεσμα να χρειάζεται εξατομικευμένη προσέγγιση των αναγκών κάθε πελάτη, πόσω μάλλον των μεγάλων και σημαντικών. Αυτή η συλλογιστική αφορά στους υπεύθυνους πωλήσεων, customer service και Logistics τόσο των εταιρειών 3PL και μεταφορικών εταιρειών όσο και των εμπορικών και βιομηχανικών επιχειρήσεων με in house ή και outsourced το σύστημα Logistics.

Οι μεγάλοι πελάτες οι οποίοι επιθυμούμε να μας αντιμετωπίζουν ως «στρατηγικούς συνεργάτες» περιμένουν από εμάς αξιοπιστία, σωστή και έγκαιρη πληροφόρηση, ορθή καθοδήγηση στην εξειδίκευση της καθημερινής συνεργασίας, τακτικό reporting και Business Intelligence και πάνω απ' όλα **προσαρμοστικότητα** και **ευελιξία** το μεγάλο στοίχημα έγκειται στη διατήρηση της «χρυσής ισορροπίας» μεταξύ αφ' ενός της εξυπηρέτησης στο πλαίσιο των συμφωνηθέντων Service Level Agreements στο συμβόλαιο χωρίς τη δημιουργία επιπλέον κόστους (κρυφού τις περισσότερες φορές) και αφ' ετέρου της ευελιξίας που περιμένει ο πελάτης για την ανταπόκριση σε έκτακτες και ιδιαίτερες ανάγκες που -ειδικά μέσα στο περιβάλλον της κρίσης- είναι πιο πιθανό να προκύψουν απ' ό,τι στο παρελθόν.

Οι υπεύθυνοι Key Account καλούνται, για παράδειγμα, να προσφέρουν λύσεις customized και υπηρεσίες υψηλής προστιθέμενης αξίας που προκύπτουν από νέες ανάγκες όπως ενδεικτικά:

- Η παροχή πληροφορίας σε πραγματικό χρόνο
- Νέες καμπάνιες και συχνές προωθητικές ενέργειες που αλλάζουν τη ροή του συστήματος Logistics και απαιτούν προτάσεις συγκεκριμένων λύσεων συσκευασίας και ανασυσκευασίας
- Η ανάγκη εξυπηρέτησης έκτακτων παραγγελιών ή ενός νέου έργου που προέκυψε
- Η παροχή όχι μόνο τακτικών αναφορών αλλά και η επεξεργασία και ανάλυση στοιχείων ως προς την απόδοση συγκεκριμένων κωδικών, γεωγραφικών περιοχών κ.λπ., γεγονός που αποτελεί βάση επιχειρηματικών και διοικητικών αποφάσεων
- Η ανάγκη παροχής υπηρεσιών υψηλής προστιθέμενης αξίας όπως η διαχείριση των αποθεμάτων και προτάσεις ανατροφοδότησης
- Η προηγμένη διαχείριση συστημάτων MIS

κ.ά.

Τα παραπάνω «ανεβάζουν τον πήχη» των γνώσεων και των δεξιοτήτων του Ανθρώπινου Δυναμικού που διαχειρίζεται τους μεγάλους και σημαντικούς πελάτες, οι οποίοι συν τοις άλλοις χρειάζεται να έχουν τα απαραίτητα Soft Skills και κυρίως την Ανθεκτικότητα (Resilience) και τη Συναισθηματική Νοημοσύνη για τη σωστή διαχείριση των πελατών.

ΟΦΕΛΗ ΑΠΟ ΤΗΝ ΕΝΙΣΧΥΣΗ ΤΩΝ ΔΕΞΙΟΤΗΤΩΝ ΣΤΗ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ ΠΕΛΑΤΩΝ KEY ACCOUNT

- Στενότερη παρακολούθηση και έλεγχος της πορείας της συνεργασίας με τους μεγάλους πελάτες
- Καλύτερος έλεγχος του λειτουργικού κόστους
- Αποφυγή ενεργοποίησης ρητρών από τη μη εφαρμογή όσων ακριβώς προβλέπονται στο συμβόλαιο
- Βελτίωση του συνολικού δείκτη ικανοποίησης του πελάτη
- Αύξηση των πιθανοτήτων επέκτασης της συνεργασίας

κ.ά.





KEY ACCOUNT MANAGEMENT

Τα εργαλεία του Key Account Management που οδηγούν στη μεγιστοποίηση των πωλήσεων – A Specialised Toolbox

ΑΝΑΛΥΤΙΚΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ

ΟΙ ΓΝΩΣΕΙΣ ΓΙΑ ΤΟΝ ΣΗΜΑΝΤΙΚΟ ΠΕΛΑΤΗ

- Ο μεγάλος και σημαντικός πελάτης:
 - Η ταυτότητα και η φιλοσοφία του
 - Η πρόκληση της συνεργασίας
 - Ποιος είναι τελικά;
- Η συλλογή της πληροφορίας που αφορά στον σημαντικό πελάτη
- Η οργάνωση της καρτέλας του
- Το MIS του μεγάλου πελάτη: πώς θα επικοινωνούμε καλύτερα μέσα από τα συστήματά του
- Η λεπτομερειακή ανάλυση του προφίλ του

Ο ΡΟΛΟΣ ΤΟΥ KEY ACCOUNT

- Η θέση του Key Account στην Εφοδιαστική Αλυσίδα
- Οι γνώσεις του στο Marketing και τη Διοίκηση Πωλήσεων
- Οι γνώσεις του στο Supply Chain
- Θετικότητα και επίτευξη στόχων
- Η ανάπτυξη των ηγετικών του ικανοτήτων

ΤΟ ΠΛΑΙΣΙΟ ΤΗΣ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑΣ ΜΕ ΤΟΥΣ ΜΕΓΑΛΟΥΣ ΠΕΛΑΤΕΣ

- Ποια η στρατηγική του
 - Ποιο το αντικείμενο συνεργασίας μαζί μας
 - SLAs και κριτήρια μέτρησης απόδοσης
 - Τρόποι χρεώσεων
 - Bonus / Malus
 - Ομάδες Εργασίας
- κ.ά.

ΒΑΣΙΚΕΣ ΠΑΡΑΜΕΤΡΟΙ ΣΤΗΝ ΕΞΥΠΗΡΕΤΗΣΗ ΤΩΝ ΜΕΓΑΛΩΝ ΠΕΛΑΤΩΝ

- Credit Control
- Διαχείριση πιστωτικών τιμολογίων
- Χρόνοι εκτέλεσης παραγγελιών
- Ποιότητα παραδόσεων
- Επίπεδο εφαρμογής τεχνολογιών στις παραδόσεις (POD, IOD) και διαχείριση διαφορών κατά τη φάση της παραλαβής
- Συμπεριφορά προσωπικού διανομής
- Επίπεδο μεταφορικών μέσων
- Επίπεδο μονάδων συσκευασίας
- Χρόνοι απόκρισης σε αιτήματα και παράπονα
- Επικοινωνία παραγγελιοληψίας
- Διαχείριση ελλείψεων και προτάσεις εναλλακτικών προϊόντων

- Διαχείριση επιστροφών
- κ.ά.

ΟΙ ΑΠΑΙΤΗΣΕΙΣ ΤΩΝ ΣΗΜΑΝΤΙΚΩΝ ΠΕΛΑΤΩΝ

- Τι προσδοκούν οι πελάτες VIBE (Very Important Business Executives)
- Πώς αναγνωρίζουμε μια κατάσταση «κινδύνου»;
- Τα λάθη που συνήθως γίνονται
- Η προσφορά της Καινοτομίας

ΠΩΣ ΣΚΕΦΤΟΝΤΑΙ ΟΙ ΜΕΓΑΛΟΙ ΠΕΛΑΤΕΣ

- Πώς επιλέγουν συνεργάτες
- Ποιοι είναι οι μεγαλύτεροι προβληματισμοί
- Τι σκέπτονται μετά την παρουσίαση που τους κάνουμε
- Σημεία που επηρεάζουν την κρίση των Μεγάλων Πελατών

ΤΟ PROJECT MANAGEMENT ΤΗΣ ΕΞΥΠΗΡΕΤΗΣΗΣ ΤΟΥ ΜΕΓΑΛΟΥ ΠΕΛΑΤΗ

- Action Plan & Time Plan
- Συχνότητα συναντήσεων
- Τρόποι επικοινωνίας αποτελεσμάτων
- Follow up για την έγκαιρη υλοποίηση ενεργειών
- Τρόποι συνεχούς επικοινωνίας
- Templates για Reporting
- Η επικοινωνία και συνεργασία του Key Account με εμπλεκόμενα τμήματα στο εσωτερικό της εταιρείας (Αποθήκη, Λογιστήριο, Τμήμα Μεταφορών κ.λπ.)

Η ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΤΗΣ ΣΧΕΣΗΣ ΜΕ ΤΟΝ ΣΗΜΑΝΤΙΚΟ ΠΕΛΑΤΗ

- Αρνούμαστε μια επιπλέον υπηρεσία στον πελάτη; Σε ποιες περιπτώσεις και με ποιους τρόπους διαχείρισης;
- Οι διάφορες κατηγορίες οριοθέτησης της σχέσης
- Τα εργαλεία αξιολόγησης
- Πώς αξιολογείται η ποιότητα της συνεργασίας
- Πώς την αξιολογεί ο πελάτης;
- Η κερδοφορία της συνεργασίας
- Το κόστος της ανάπτυξης του πελάτη
- Η απόδοση της επένδυσης

Η ΕΝΔΥΝΑΜΩΣΗ ΤΩΝ ΜΕΛΛΟΝΤΙΚΩΝ ΠΡΟΟΠΤΙΚΩΝ

- Τρόποι καταγραφής των προσδοκιών των μεγάλων πελατών και ανταπόκρισής μας
- SWOT Analysis των σημαντικών πελατών
- Η μεγαλύτερη ανάπτυξη της συνεργασίας
- Η επιπλέον αξία που μπορούμε να προσφέρουμε



Driving Strategic Sales Excellence through

KEY ACCOUNT MANAGEMENT

Τα εργαλεία του Key Account Management που οδηγούν στη μεγιστοποίηση των πωλήσεων – A Specialised Toolbox

ΤΟ ΣΕΜΙΝΑΡΙΟ, ΜΕΣΑ ΑΠΟ ΠΡΑΚΤΙΚΑ ΠΑΡΑΔΕΙΓΜΑΤΑ, ΣΤΟΧΕΥΕΙ ΣΤΗΝ ΑΝΑΒΑΘΜΙΣΗ:

- Του προφίλ εργασίας των υπευθύνων πωλήσεων, στελεχών customer service και Logistics που ασχολούνται με Πελάτες Key Account
- Της αντίληψης του προφίλ του μεγάλου πελάτη και της ζητούμενης ποιότητας
- Της απόδοσης της εμπορικής συμφωνίας που έχει προηγηθεί χωρίς σημαντικές παρεκκλίσεις
- Της δεξιότητας στην επίλυση έκτακτων και δύσκολων θεμάτων
- Της συνολικής θεώρησης των αιτημάτων του Πελάτη με το «βλέμμα από το ελικόπτερο»
- Της ανακάλυψης συνεχών πλεονεκτημάτων στην επικοινωνία μαζί του
- Της δημιουργίας και υλοποίησης ενός συγκεκριμένου προγράμματος δράσης

Κατά τη διάρκεια του προγράμματος θα οριστούν οι τεχνικές οικοδόμησης αυτής της σχέσης και θα τοποθετηθούν τα κριτήρια (KPIs) μιας αριστοτεχνικής απόδοσης στην εργασία της εξυπηρέτησης των σημαντικών πελατών.

ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ

08.30 – 09.00 Προσέλευση – εγγραφές

09.00 – 10.30 Ενότητα Α'

Οι γνώσεις για τον μεγάλο πελάτη, οι απαιτήσεις του, ο ρόλος του Key Account

10.30 – 10.45 Διάλειμμα

10.45 – 12.15 Ενότητα Β'

Το πλαίσιο της συνεργασίας & οι βασικές παράμετροι

12.15 – 13.00 Διάλειμμα

13.00 – 14.30 Ενότητα Γ'

Το Project Management της συνεργασίας και της εξυπηρέτησης

14.30 – 14.45 Διάλειμμα

14.45 – 16.15 Ενότητα Δ'

Η αξιολόγηση της σχέσης και η ενδυνάμωση μελλοντικών προοπτικών

ΣΕ ΠΟΙΟΥΣ ΑΠΕΥΘΥΝΕΤΑΙ ΤΟ ΣΕΜΙΝΑΡΙΟ

Σε όλα τα στελέχη εμπορικών επιχειρήσεων, βιομηχανιών, εταιρειών 3rd Party Logistics, εταιρειών διανομών, μεταφορικών επιχειρήσεων κ.λπ. που διαχειρίζονται πελατειακή βάση και έχουν προσωπική επαφή με τους εκπροσώπους των πελατών τους.

Ο ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΗΣ



Ο κ. Ιωσήφ Μπούρας είναι Οικονομολόγος (Πανεπιστήμιο Αθηνών) και έχει Μεταπτυχιακά σε Διοίκηση Επιχειρήσεων (MBA) στην Αγγλία από το Πανεπιστήμιο Aston στο Birmingham. Έχει εργαστεί σε Πωλήσεις, Marketing, Εμπορική και Γενική Διεύθυνση, σε μεγάλες πολυεθνικές και ελληνικές επιχειρήσεις (ELI-LILLY, ALCON LABORATORIES YOPLAIT, MAKRO CASH & CARRY, SPAR ΒΕΡΟΠΟΥΛΟΣ, CALL CENTER HELLAS – TOP MANAGEMENT). Ασχολείται με την ανάπτυξη-εκπαίδευση στελεχών από το 1985 σαν δεύτερη απασχόληση. Από το 2002 είναι αποκλειστικά σύμβουλος επιχειρήσεων σε θέματα ανάπτυξης και εκπαίδευσης ανθρώπινου δυναμικού και ιδιοκτήτης της TMS Business Training. Μέχρι σήμερα έχει εκπαιδεύσει περισσότερα από 40.000 άτομα.