



INESEM

BUSINESS SCHOOL

Curso Superior en Key Account Manager (KAM)

+ Información Gratis

titulación de formación continua bonificada expedida por el instituto europeo de estudios empresariales

Curso Superior en Key Account Manager (KAM)

duración total: 160 horas

horas teleformación: 80 horas

precio: 0 € *

modalidad: Online

* hasta 100 % bonificable para trabajadores.

descripción

Para una organización, lo más importante siempre es el cliente. Bajo esta premisa, tener una figura que se centre en los aspectos más importantes de los principales clientes es de vital importancia para el crecimiento y mantenimiento de una empresa. De aquí nace el Key Account Manager con el objetivo de buscar la mejor relación con los clientes estratégicos de una empresa.

Con el Curso Key Account Manager podrás lograr estos objetivos focalizándote en las principales tareas a desarrollar y aprendiendo métodos y técnicas que te ayudarán a lograr una mejora en la relación con tus principales clientes.

En Inesem Business School nos adaptamos a tus horarios y creamos cursos flexibles en modalidad online para que puedas acceder a ellos cuando quieras. Además contamos con una serie de becas y una gran financiación para que puedas cumplir el objetivo de formarte sin impedimento alguno.



+ Información Gratis

a quién va dirigido

Todos aquellos trabajadores y profesionales en activo que deseen adquirir o perfeccionar sus conocimientos técnicos en este área.

objetivos

- Gestionar y dirigir de manera estratégica proyectos, conociendo el principal proceso y las habilidades y competencias necesarias
- Distinguir y conocer las distintas áreas de conocimiento que se desarrollan en la dirección de proyectos
- Profundizar en las distintas funciones del Key Account Manager (KAM)
- Conocer los distintos modelos de gestión y aprender a gestionar la información, el negocio, las relaciones y el equipo de un proyecto.
- Desarrollar el papel del Customer Relationship Manager en la empresa y la estrategia a utilizar
- Estudiar la experiencia del cliente y los beneficios de implementar una estrategia CRM para el cliente

para qué te prepara

El Curso Key Account Manager te prepara para que puedas dirigir y gestionar las principales claves de una organización, es decir, la información la relación con los clientes, el negocio y el equipo de proyecto. Conocerás todos los aspectos fundamentales de la ejecución de un proyecto y la dirección y supervisión del mismo, así como el papel del Customer Relationship Management y el beneficio que le aporta al cliente.

salidas laborales

Las salidas profesionales que ofrece este curso son diversas, ya que su conocimiento se puede aplicar al sector en el que desees operar. Por tanto, al finalizar el curso podrás poner en práctica lo aprendido adquiriendo puestos de mayor responsabilidad como director o responsable de departamento e implementando proyectos que ayuden a hacer posible el éxito, tanto para una organización como para tu negocio.

titulación

Una vez finalizado el curso, el alumno recibirá por parte de INESEM vía correo postal, la Titulación Oficial que acredita el haber superado con éxito todas las pruebas de conocimientos propuestas en el mismo.

Esta titulación incluirá el nombre del curso/máster, la duración del mismo, el nombre y DNI del alumno, el nivel de aprovechamiento que acredita que el alumno superó las pruebas propuestas, las firmas del profesor y Director del centro, y los sellos de la instituciones que avalan la formación recibida (Instituto Europeo de Estudios Empresariales).



INSTITUTO EUROPEO DE ESTUDIOS EMPRESARIALES

como centro de Formación acreditado para la impartición a nivel nacional de formación
EXPIDE LA SIGUIENTE TITULACIÓN

NOMBRE DEL ALUMNO/A

con D.N.I. XXXXXXXX ha superado los estudios correspondientes de

Nombre de la Acción Formativa

de XXX horas, perteneciente al Plan de Formación INESEM en la convocatoria de XXXX
Y para que surta los efectos pertinentes queda registrado con número de expediente XXXX- XXXX-XXXX-XXXXXX

Con una calificación de SOBRESALIENTE

Y para que conste expido la presente TITULACIÓN en
Granada, a (día) de (mes) de (año)

La dirección General

MARIA MORENO HIDALGO

Firma del alumno/a

Sello

NOMBRE DEL ALUMNO/A



forma de bonificación

- Mediante descuento directo en el TC1, a cargo de los seguros sociales que la empresa paga cada mes a la Seguridad Social.

metodología

El alumno comienza su andadura en INESEM a través del Campus Virtual. Con nuestra metodología de aprendizaje online, el alumno debe avanzar a lo largo de las unidades didácticas del itinerario formativo, así como realizar las actividades y autoevaluaciones correspondientes. Al final del itinerario, el alumno se encontrará con el examen final, debiendo contestar correctamente un mínimo del 75% de las cuestiones planteadas para poder obtener el título.

Nuestro equipo docente y un tutor especializado harán un seguimiento exhaustivo, evaluando todos los progresos del alumno así como estableciendo una línea abierta para la resolución de consultas.

El alumno dispone de un espacio donde gestionar todos sus trámites administrativos, la Secretaría Virtual, y de un lugar de encuentro, Comunidad INESEM, donde fomentar su proceso de aprendizaje que enriquecerá su desarrollo profesional.

materiales didácticos

- Manual teórico 'Fundamentos de la Dirección Estratégica en la Gestión de Proyectos'
- Manual teórico 'Customer Relationship Management'
- Manual teórico 'Key Account Manager'



profesorado y servicio de tutorías

Nuestro equipo docente estará a su disposición para resolver cualquier consulta o ampliación de contenido que pueda necesitar relacionado con el curso. Podrá ponerse en contacto con nosotros a través de la propia plataforma o Chat, Email o Teléfono, en el horario que aparece en un documento denominado “Guía del Alumno” entregado junto al resto de materiales de estudio. Contamos con una extensa plantilla de profesores especializados en las distintas áreas formativas, con una amplia experiencia en el ámbito docente.

El alumno podrá contactar con los profesores y formular todo tipo de dudas y consultas, así como solicitar información complementaria, fuentes bibliográficas y asesoramiento profesional. Podrá hacerlo de las siguientes formas:

- **Por e-mail:** El alumno podrá enviar sus dudas y consultas a cualquier hora y obtendrá respuesta en un plazo máximo de 48 horas.

- **Por teléfono:** Existe un horario para las tutorías telefónicas, dentro del cual el alumno podrá hablar directamente con su tutor.

- **A través del Campus Virtual:** El alumno/a puede contactar y enviar sus consultas a través del mismo, pudiendo tener acceso a Secretaría, agilizando cualquier proceso administrativo así como disponer de toda su documentación



plazo de finalización

El alumno cuenta con un período máximo de tiempo para la finalización del curso, que dependerá de la misma duración del curso. Existe por tanto un calendario formativo con una fecha de inicio y una fecha de fin.

campus virtual online

especialmente dirigido a los alumnos matriculados en cursos de modalidad online, el campus virtual de ineseem ofrece contenidos multimedia de alta calidad y ejercicios interactivos.

comunidad

servicio gratuito que permitirá al alumno formar parte de una extensa comunidad virtual que ya disfruta de múltiples ventajas: becas, descuentos y promociones en formación, viajes al extranjero para aprender idiomas...

revista digital

el alumno podrá descargar artículos sobre e-learning, publicaciones sobre formación a distancia, artículos de opinión, noticias sobre convocatorias de oposiciones, concursos públicos de la administración, ferias sobre formación, etc.

secretaría

Este sistema comunica al alumno directamente con nuestros asistentes, agilizando todo el proceso de matriculación, envío de documentación y solución de cualquier incidencia.

Además, a través de nuestro gestor documental, el alumno puede disponer de todos sus documentos, controlar las fechas de envío, finalización de sus acciones formativas y todo lo relacionado con la parte administrativa de sus cursos, teniendo la posibilidad de realizar un seguimiento personal de todos sus trámites con INESEM

programa formativo

MÓDULO 1. FUNDAMENTOS DE LA DIRECCIÓN ESTRATÉGICA EN LA GESTIÓN DE PROYECTOS

UNIDAD DIDÁCTICA 1. CONCEPTOS DE PROYECTO Y SU GESTIÓN

1. Definición de Proyecto y conceptos básicos para la gestión de Proyectos
2. Concepto de programa y portafolio
3. Dirección de proyectos Vs. dirección estratégica de operaciones
4. El contexto de los proyectos
5. La implantación de los proyectos

UNIDAD DIDÁCTICA 2. LA DIRECCIÓN ESTRATÉGICA EN LA DIRECCIÓN DE PROYECTOS

1. Ejecución de proyectos bajo un equipo de dirección
2. Habilidades, competencias y conocimientos de la dirección de proyectos
3. Conceptos y organización de la dirección de proyectos según el PMI
4. Procesos de Inicio, Planificación, Ejecución, Control y Cierre. Interacción

UNIDAD DIDÁCTICA 3. GESTIÓN DE LAS ÁREAS DE CONOCIMIENTO DE LA DIRECCIÓN DE PROYECTOS

1. Integración del proyecto. Acta de constitución, supervisión, cambios y cierre
2. Validación y del alcance del proyecto
3. Secuenciación y cronograma del tiempo del proyecto
4. Estimación y control de costes del proyecto
5. Planificación, aseguramiento y control de la calidad del proyecto
6. Planificación, desarrollo y gestión de los recursos del proyecto
7. Planificación y gestión de las comunicaciones del proyecto
8. Identificación, análisis, seguimiento y control de los riesgos del proyecto
9. Planificación, administración y cierre de las adquisiciones del proyecto
10. Identificación, gestión y control de los interesados del proyecto. Stakeholders

UNIDAD DIDÁCTICA 4. EL PROCESO DIRECTIVO Y LAS FUNCIONES DE LA DIRECCIÓN

1. El Proceso Directivo
2. Fases del proceso directivo
3. Liderazgo
4. Motivación
5. El contenido de los procesos de dirección
6. La dimensión estratégica de la dirección
7. Dimensión ejecutiva de la dirección
8. El desarrollo de la autoridad

MÓDULO 2. KEY ACCOUNT MANAGER

UNIDAD DIDÁCTICA 1. FUNCIONES DEL KEY ACCOUNT MANAGER Y EL KAM MINDSET

1. Gestión de cuentas clave
2. Roles y responsabilidades
3. Modelos de gestión de cuentas clave
4. Key Account Management Mindset
5. Equipos de contacto con el cliente
6. Jerarquía de relaciones clave con el cliente

UNIDAD DIDÁCTICA 2. EL ROL DIGITAL DEL KEY ACCOUNT MANAGER (KAM)

1. El nuevo perfil KAM E-commerce
2. Roles digitales en la organización
3. Conceptos generales. E-commerce
4. Tipos de e-commerce
5. Principales plataformas de e-commerce

- 6.Tendencias y casos de éxito
- 7.Introducción al posicionamiento en Amazon
- 8.Factores de posicionamiento de Amazon
- 9.Consejos para mejorar tu posicionamiento en Amazon

UNIDAD DIDACTICA 3. ANÁLISIS DEL MERCADO Y LA CARTERA DE CLIENTES

- 1.Introducción al mercado
- 2.División del mercado
- 3.Ley de oferta y demanda
- 4.Estudios de mercado
- 5.Ámbitos de aplicación del estudio de mercados
- 6.Objetivos de la investigación de mercados
- 7.Tipos de diseño de la investigación de los mercados
- 8.Cartera de clientes

UNIDAD DIDÁCTICA 4. VISIÓN ESTRATÉGICA Y GESTIÓN DE LA INFORMACIÓN

- 1.Segmentación e identificación del cliente estratégico
- 2.Atractivo y solidez de la cuenta del cliente
- 3.Customer journey y buyer persona
- 4.Análisis DAFO del cliente
- 5.Oferta personalizada: El Marketing “one to one”
- 6.Pautas para establecer objetivos y estrategias de las cuentas clave

UNIDAD DIDÁCTICA 5. GESTIÓN DEL NEGOCIO EN KAM

- 1.Proceso de desarrollo del negocio
- 2.Plan de la cuenta
- 3.Account plannig
- 4.Marketing relacional aplicado a KAM para captar y retener clientes
- 5.Métricas de marketing aplicadas
- 6.El pricing y su importancia para el KAM

UNIDAD DIDACTICA 6. HERRAMIENTAS DE CONTROL Y GESTIÓN EN KAM

- 1.La importancia de la innovación en los negocios
- 2.Herramientas de BI: Cuadros de Mando Integrales (CMI)
- 3.Métodos ágiles
- 4.Sistemas de información y gestión recomendados para KAM
- 5.Medición de la satisfacción del cliente

UNIDAD DIDACTICA 7. ANALISIS DE RENTABILIDAD DE LA CUENTA CLAVE

- 1.Rentabilidad en el contexto de las cuentas clave
- 2.Evaluación de las cuentas clave
- 3.Segmentación del mercado y management de las cuentas clave
- 4.Análisis de la cuenta clave

UNIDAD DIDÁCTICA 8. PLAN DE VENTAS

- 1.Previsión y utilidad
- 2.Análisis geográfico de la zona de ventas
- 3.Marcas objetivos
- 4.Diferencia entre objetivos y previsiones
- 5.Cuotas de actividad
- 6.Cuotas de participación
- 7.Cuotas económicas y financieras
- 8.Estacionalidad
- 9.El plan de ventas

UNIDAD DIDÁCTICA 9. NEGOCIACIÓN COMERCIAL

- 1.Concepto de negociación
- 2.Estilos de negociación

- 3.Los caminos de la negociación
- 4.Fases de la negociación
- 5.Estrategias de negociación
- 6.Tácticas de negociación
- 7.Cuestiones prácticas

UNIDAD DIDÁCTICA 10. FIDELIZACIÓN DE CLIENTES

- 1.Programas de fidelización online
- 2.Fidelización
- 3.Programas multisectoriales
- 4.Captación y fidelización de clientes
- 5.Estructura de un plan de fidelización

UNIDAD DIDÁCTICA 11. GESTIÓN DE RELACIONES

- 1.Plan de Relaciones Públicas de la empresa
- 2.Análisis de la eficacia de las relaciones
- 3.Matriz relacional

UNIDAD DIDÁCTICA 12. GESTIÓN DEL EQUIPO DE PROYECTO

- 1.Rol del KAM como responsable del proyecto y del plan de acción
- 2.Ejecución del plan de acción y liderazgo
- 3.Coaching y cooperación entre los integrantes
- 4.Guía en el progreso del proyecto
- 5.Gestión de conflictos

MÓDULO 3. CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT (CRM)

UNIDAD DIDÁCTICA 1. EL PAPEL DEL CRM EN LA EMPRESA

- 1.El papel del CRM en el marketing de la empresa
- 2.Diferencias entre CRM y Marketing Relacional
- 3.Objetivo y beneficios de una estrategia CRM
- 4.Estructura de la organización del CRM

UNIDAD DIDÁCTICA 2. LA ESTRATEGIA CRM

- 1.Definición de estrategia CRM
- 2.Las fuerzas del cambio
- 3.Orientación al cliente
- 4.Integración del CRM en nuestra estrategia online
- 5.Elementos de un programa CRM
- 6.Medición y análisis de resultados

UNIDAD DIDÁCTICA 3. EL ECRM

- 1.eCRM como expansión de la estrategia CRM
- 2.Social CRM
- 3.Componentes del eCRM
- 4.Implantación del eCRM

UNIDAD DIDÁCTICA 4. DEL CRM AL CEM

- 1.Customer Relationship Management vs. Customer Experience Management
- 2.La experiencia del cliente vista desde la parte interna de la empresa
- 3.La innovación en el CEM
- 4.Procesos colaborativos: Crossuser Crowdsourcing
- 5.Impacto del CEM en la estrategia empresarial

UNIDAD DIDÁCTICA 5. BENEFICIOS DE UNA ESTRATEGIA CRM EN LA EMPRESA

- 1.Lealtad y fidelidad de los clientes
- 2.Reducción del coste por adquirir clientes
- 3.Cross Selling (venta cruzada)
- 4.Up Selling (ventas añadidas)
- 5.Mayor eficiencia y productividad comercial

- 6.Reducción de costes en comunicación
- 7.Inexistencia de duplicidades (en procesos y datos)
- 8.Conocimiento del mercado y de nuestro target

UNIDAD DIDÁCTICA 6. BENEFICIOS DE UNA ESTRATEGIA CRM PARA LA CLIENTE

- 1.La empresa conoce las necesidades del cliente
- 2.Aumento en la satisfacción del cliente
- 3.Trato personalizado con el cliente
- 4.Cliente único en la base de datos
- 5.Mejora del servicio prestado al cliente

UNIDAD DIDÁCTICA 7. ÁREAS PRINCIPALES DEL CRM

- 1.Servicio al cliente
- 2.La estructura del Call Center
- 3.Tipos de Call Center
- 4.La función del CRM para el Call Center
- 5.El sistema de automatización de ventas