

EXCLUSIVO  
EMPRESAS DE  
SERVICIOS B2B



## Aprende las claves para fidelizar y retener clientes. ¡Haz que tus clientes sean tu mayor activo!

En un sector tan competitivo como las empresas de servicios B2B, conocer las claves para fidelizar a un cliente puede suponer la diferencia entre mantener a un cliente o perderlo. Por ello hemos creado este programa, creado **específica** y **exclusivamente** para responsables en ventas de **empresas de servicios B2B**.

### A quién nos dirigimos

Si trabajas en una empresas de servicios B2B eres:



DIRECTIVO



ACCOUNT  
DIRECTOR



ACCOUNT  
EXECUTIVE



COMERCIAL



PROJECT  
MANAGER



ACCOUNT  
MANAGER

y tu objetivo es mejorar el ratio de fidelización de clientes, ¡este curso es para ti!

### Qué conseguirás con este curso de 12 h

- La satisfacción de tus clientes contigo y con tu empresa mejorará
- Tendrás un mayor conocimiento de cómo tratar a tus clientes
- Entenderás mejor qué es importante para tus clientes
- La presión para conseguir cliente nuevo se reducirá
- Mejorarás la rentabilidad de tus proyectos
- Conseguirás que tus clientes se conviertan en *partners*
- Aumentará el ratio de recomendación de tus clientes

Para reservar y ampliar información puedes llamar al **687 720 463** o escribir a [info@achiever.com](mailto:info@achiever.com)



Verónica González  
Founder and CEO

m: 687 720 463

e: [veronica.gonzalez@achiever.es](mailto:veronica.gonzalez@achiever.es)

 /veronicagonzalezportugues/

**1. El recorrido del cliente**

Explicaremos las fases por las que pasa todo cliente: apertura, *on-boarding*, mantenimiento y *off-boarding* y qué perfiles de la empresa deberían estar involucrados en cada fase.

**2. Clasificación de las cuentas en base a tipología ABC y estrategia comercial en base a clasificación**

No todos los clientes son iguales: la clasificación ABC de cuentas existentes permite priorizar y definir sistemas de seguimiento y de estrategia comercial en base a esta planificación. La capacidad del equipo de definir objetivos para cada cuenta y de hacer seguimiento de los mismos le permitirá planificar acciones para conseguirlos. Asimismo, el pensamiento estratégico también es fundamental para el crecimiento de la cuenta.

**3. Las funciones del Account Manager en la fidelización de clientes**

El rol del Account Manager es cuidar al cliente y fidelizarlo para que siga siendo nuestro cliente durante el máximo tiempo posible y que la facturación media por cliente sea la máxima posible. Revisaremos el rol del Account Manager.

**4. Sistema de seguimiento de leads/contactos**

Claves y herramientas para hacer un seguimiento exhaustivo de los contactos/*leads* en base a prioridades y a criterios que definiremos en el taller. Estableceremos cómo utilizar este seguimiento para detectar la satisfacción del cliente y para detectar nuevos proyectos u oportunidades.

**5. Cómo conseguir clientes nuevos dentro de una empresa existente**

Técnicas para conseguir el máximo impacto dentro de una empresa concreta.

**6. La visita como herramienta para conseguir *up-selling/cross-selling***

Diseñaremos conjuntamente el guión de visita a seguir para detectar opciones de *up-selling* y *cross-selling*.

**7. ¿Cómo convertimos el presupuesto en venta?**

*Best practices* sobre cómo realizar el seguimiento adecuado y técnicas de cierre y negociación.

**8. Gestión del tiempo para PMs/Account Managers**

En un trabajo con múltiples funciones, ¿cómo podemos asegurarnos aplicar los sistemas que definamos y garantizar que se dedica el tiempo suficiente para el seguimiento de presupuestos/clientes?

**DURACIÓN**

12 horas

Opción Extended: 3 días/4 horas cada día

Opción Intensive: 2 días/8 horas día 1 y 4 horas día 2

**LUGAR**

A convenir con cliente



**Verónica González**  
Founder and CEO

m: 687 720 463

e: [veronica.gonzalez@achiever.es](mailto:veronica.gonzalez@achiever.es)



/veronicagonzalezportugues/