

EXCLUSIVO
AGENCIAS DE
COMUNICACIÓN



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 comunicación, 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 **agencias de comunicación**.

A quién nos dirigimos

Si trabajas en una agencia de comunicación, publicidad o en una editorial, eres:



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**



Verónica González
Founder and CEO

m: 687 720 463

e: 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



/veronicagonzalezportugues/