



KEY ACCOUNT MANAGEMENT

Target: angajati din departamentul key account

Ziua 1

- Conceptul de categorie si segmentare. Rolul categoriei pentru retailer.
- Vectorii de crestere pe categorie
 - o Sortimentatie
 - o Pret
 - o Promotii
 - o Spatiul la raft
 - o Logistica
- Intelegerea strategiei clientului , a tipului de consumatori targetati, a obiectivelor in magazin
 - o Recrutarea de noi consumatori
 - o Cresterea loialitatii
 - o Cresterea cosului mediu de consum
- Evaluarea potentialului clientului
- Role play: evaluarea unui client
- Influientarea deciziilor. Networking si lobby – instrumente de lucru
- Negociere la centru versus implementare in teritoriu
- Evaluarea impactului fortei de vanzari la nivelul executiei in magazin
- Role play: Centrul fata in fata cu teritoriul

Ziua 2

- Business review cu clientul
 - o Analiza performantei (situatie actuala, relatie, actiuni, investitii, etc..)
 - o Analiza rezultatelor colaborarii
 - o Importanta analizarii regulate a unui P&L pe client
 - o Analiza SWOT
 - o Prioritati si plan de actiune pentru viitor
- Role play: simularea unui business review
- Formularea unui plan si al unei strategii de dezvoltare
- Pregatirea negocirilor cu clientii
 - o Matricea interdependentelor
 - o Clarificarea punctelor de negociere si a limitelor
 - o Fata in fata: castigarea credibilitatii
 - o Stiluri de negociere si de negociatori
- Vanzare versus negociere
- Role play: simularea unei negocieri



Ziua 3

- Managementul contractelor agreate
 - o Stabilirea obiectivelor pentru client si pentru forta de vanzari
 - o Planificarea si controlul in timp real
 - o Controlul rezultatelor financiare. Analiza financiara.
 - o Evaluarea impactului investitiilor
- Analiza de marketing: intelegerea consumatorului final din magazin
- Inovatii si listari de produse noi
- Role play: listarea unui produs
- Strategii de pret in clientii KA
- Role play: negocierea preturilor si a promotiilor de pret

Ziua 4

- Politici promotionale in IKA; deciderea promotiilor potrivite
- Role play: „vinderea” unei promotii
- Profitabilitatea clientului versus profitabilitatea mea
- Impactul logisticii in derularea contractelor
- Consistenta conditiilor comerciale oferite pe piata – o necesitate
- Role play: managementul unui conflict furnizor – client
- Recapitulare generala a notiunilor si conceptelor prezentate in curs