

MADKAM – O esboço de um programa típico

Objectivos

Mudar o paradigma mental dos gestores de conta de apenas 'vendedor' para 'empreendedor de negócio'.

Entregáveis

Ferramentas de diagnóstico, análise e planeamento com as quais:

- Avaliar as metodologias que os nossos clientes podem utilizar para nos classificar enquanto fornecedores
- Medir com precisão a solidez das actuais relações com cliente
- Compreender em que contas focalizar de forma a desenvolver e gerir o portefólio de clientes
- Produzir Planos de Negócio para as contas escolhidas que identificam as razões que justificam o seu desenvolvimento e com que recursos
- Desenvolver uma linguagem / enquadramento comum com os seus gestores para rever e aperfeiçoar estes planos.

Melhoria das competências comportamentais com as quais:

- Agir na rede de trabalho com eficácia, para identificar, alcançar e influenciar decisores antes inacessíveis
- Desenvolver soluções criativas mas práticas
- Investigar a visão estratégica do cliente e demonstrar que a visão é compreendida e partilhada pela equipa de conta
- Influenciar fidelizações chave do indivíduo à medida que prossegue o desenvolvimento da conta estratégica
- Criar impacto e estabelece-los como principal fornecedor de confiança, numa relação proveitosa e a longo-prazo.

População alvo

Gestores de conta, qualquer que seja a designação do cargo, que são responsáveis pela gestão e desenvolvimento de grandes organizações cliente e/ou estratégicas. Gestão sénior, a quem os gestores de conta reportam (programa parcial).

Conteúdo do programa

Módulo Um

- Contas estratégicas em contexto – porque precisam de ser tratadas de forma diferenciada comparativamente a apenas **grandes** contas e as implicações disto no processo de venda.
- Ferramentas – para análise dos recursos, inputs, pessoas e processos.
- Análise do gap:
 - Onde eles estão agora com os seus clientes alvo, por oposição a onde querem estar
 - O que precisam de saber, por oposição ao que realmente sabem
 - Um plano para preencher os gaps.
- Modelos para ajudar os formandos a compreender e a planear:
 - Níveis actuais e ótimos das relações com cada cliente
 - Que níveis de interacção ter com contactos do cliente e membros da equipa para desenvolver a relação
 - Como são percebidos pelo cliente dentro do contexto de negócio do cliente
 - Que propostas de valor podem oferecer aos clientes que respondem aos objectivos de ambas as partes
 - Como agir na rede de trabalho com eficácia.

Trabalho inter-módulo

- Desenvolvimento de um plano de negócio como base para o desenvolvimento de competências durante o Módulo Dois.

Módulo Dois

- O desenvolvimento de competências interpessoais necessárias para implementar com sucesso o plano de negócio:
 - Como desenvolver melhores relações com pessoas chave no cliente e na sua própria organização.
 - Como desenvolver uma visão partilhada entre toda a equipa de conta para facilitar o desenvolvimento da conta.
 - Como desenvolver uma visão partilhada com os cliente para ajudar a desenvolver uma relação de negócio proveitosa.