



Cursos Superiores

Curso Superior en Key Account Manager (KAM)



INESEM
BUSINESS SCHOOL

INESEM BUSINESS SCHOOL

Índice

Curso Superior en Key Account Manager (KAM)

1. Sobre INESEM

2. Curso Superior en Key Account Manager (KAM)

[Descripción](#) / [Para que te prepara](#) / [Salidas Laborales](#) / [Resumen](#) / [A quién va dirigido](#) /

[Objetivos](#)

3. Programa académico

4. Metodología de Enseñanza

5. ¿Por qué elegir INESEM?

6. Orientación

7. Financiación y Becas

SOBRE INESEM BUSINESS SCHOOL



INESEM Business School como Escuela de Negocios Online tiene por objetivo desde su nacimiento trabajar para fomentar y contribuir al desarrollo profesional y personal de sus alumnos. Promovemos ***una enseñanza multidisciplinar e integrada***, mediante la aplicación de ***metodologías innovadoras de aprendizaje*** que faciliten la interiorización de conocimientos para una aplicación práctica orientada al cumplimiento de los objetivos de nuestros itinerarios formativos.

En definitiva, en INESEM queremos ser el lugar donde te gustaría desarrollar y mejorar tu carrera profesional. ***Porque sabemos que la clave del éxito en el mercado es la "Formación Práctica" que permita superar los retos que deben de afrontar los profesionales del futuro.***



Curso Superior en Key Account Manager (KAM)



DURACIÓN	160
PRECIO	460 €
MODALIDAD	Online

Entidad impartidora:



INESEM
BUSINESS SCHOOL

Programa de Becas / Financiación 100% Sin Intereses

Titulación Cursos Superiores

- Titulación Expedida y Avalada por el Instituto Europeo de Estudios Empresariales. "Enseñanza No Oficial y No Conducente a la Obtención de un Título con Carácter Oficial o Certificado de Profesionalidad."

Resumen

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.

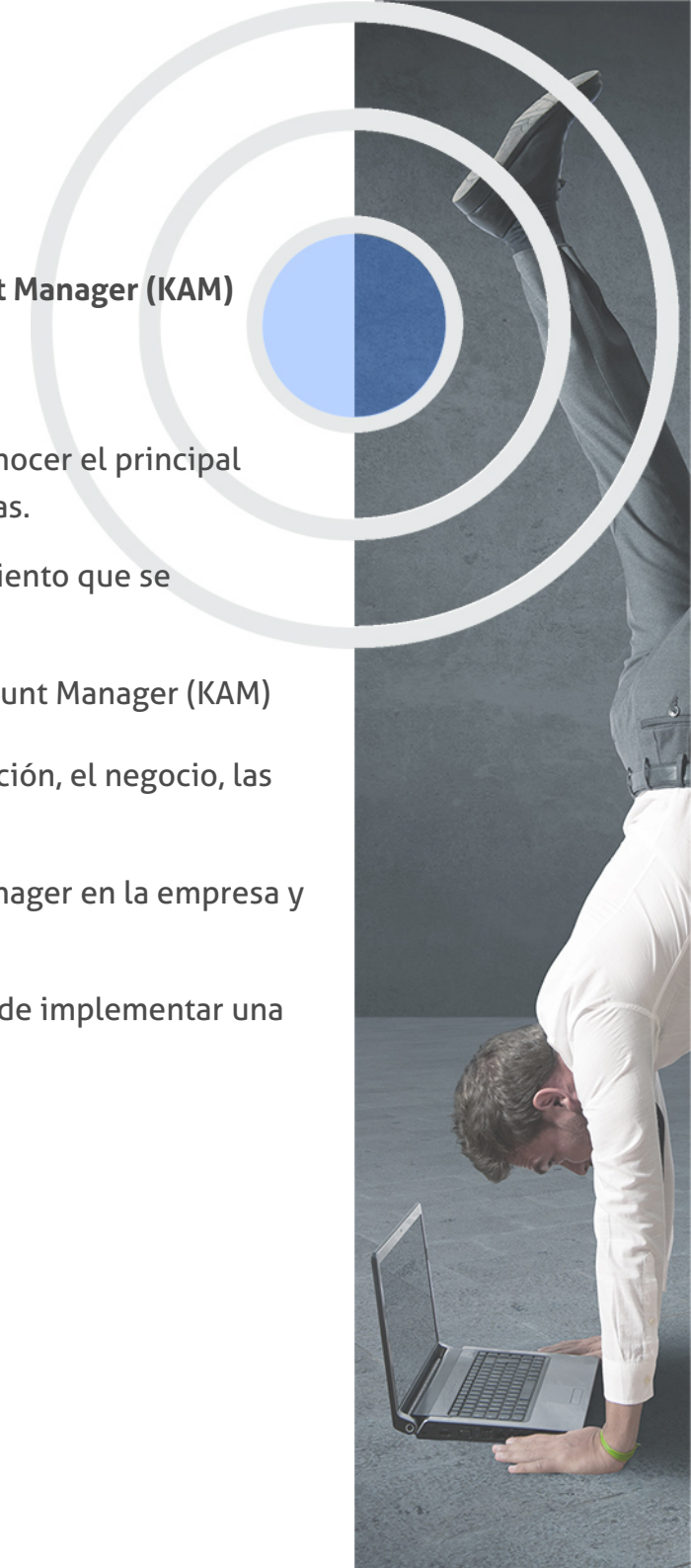
A quién va dirigido

El Curso de KAM está dirigido a todos los profesionales del ámbito de la economía que quieran revisar, optimizar o aprender métodos útiles para la gestión de proyectos. Además, se dirige a cualquier interesado en aprender esta útil metodología y/o emprender en su negocio para convertirse en un experto en el sector.

Objetivos

Con el Cursos Superiores **Curso Superior en Key Account Manager (KAM)** usted alcanzará los siguientes objetivos:

- Gestionar y dirigir estratégicamente proyectos. Conocer 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 modelos de gestión y tratar 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.





¿Y, después?

Para qué te prepara

El Curso de KAM 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, la dirección y supervisión del mismo, así como el papel del Customer Relationship Management y el beneficio que le aporta al cliente.

Salidas Laborales

Con el Curso de KAM podrás ejercer como Key Account Manager (KMA) realizando tareas de fidelización de clientes cautivos y/o potenciales y la construcción de relaciones a largo plazo con ellos. También, podrás ejercer de asesor estratégico o director/responsable de departamentos implantando proyectos que garanticen el éxito empresarial.

¿Por qué elegir INESEM?



PROGRAMA ACADÉMICO

Curso Superior en Key Account Manager (KAM)

Módulo 1. **Fundamentos de la dirección estratégica en la gestión de proyectos**

Módulo 2. **Key account manager**

Módulo 3. **Customer relationship management (crm)**

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 didáctica 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 planning
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 didáctica 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 didáctica 7.

Análisis 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. Marcar 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

metodología de aprendizaje

La configuración del modelo pedagógico por el que apuesta INESEM, requiere del uso de herramientas que favorezcan la colaboración y divulgación de ideas, opiniones y la creación de redes de conocimiento más colaborativo y social donde los alumnos complementan la formación recibida a través de los canales formales establecidos.



Con nuestra metodología de aprendizaje online, el alumno comienza su andadura en INESEM Business School a través de un campus virtual diseñado exclusivamente para desarrollar el itinerario formativo con el objetivo de mejorar su perfil profesional. El alumno debe avanzar de manera autónoma a lo largo de las diferentes unidades didácticas así como realizar las actividades y autoevaluaciones correspondientes.

El 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.

Nuestro sistema de aprendizaje se fundamenta en *cinco pilares* que facilitan el estudio y el desarrollo de competencias y aptitudes de nuestros alumnos a través de los siguientes entornos:

Secretaría

Sistema que comunica al alumno directamente con nuestro asistente virtual permitiendo realizar un seguimiento personal de todos sus trámites administrativos.

Campus Virtual

Entorno Personal de Aprendizaje que permite gestionar al alumno su itinerario formativo, accediendo a multitud de recursos complementarios que enriquecen el proceso formativo así como la interiorización de conocimientos gracias a una formación práctica, social y colaborativa.

Revista Digital

Espacio de actualidad donde encontrar publicaciones relacionadas con su área de formación. Un excelente grupo de colaboradores y redactores, tanto internos como externos, que aportan una dosis de su conocimiento y experiencia a esta red colaborativa de información.

Webinars

Píldoras formativas mediante el formato audiovisual para complementar los itinerarios formativos y una práctica que acerca a nuestros alumnos a la realidad empresarial.

Comunidad

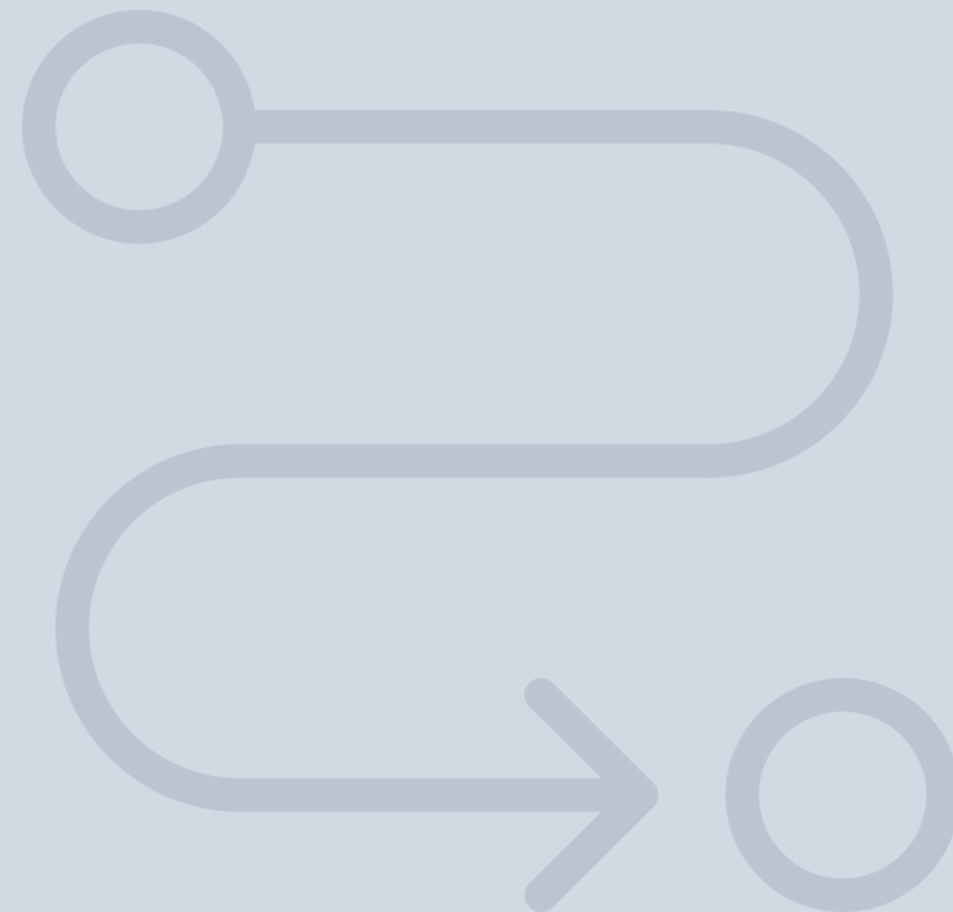
Espacio de encuentro que permite el contacto de alumnos del mismo campo para la creación de vínculos profesionales. Un punto de intercambio de información, sugerencias y experiencias de miles de usuarios.





SERVICIO DE **Orientación** de Carrera

Nuestro objetivo es el asesoramiento para el desarrollo de tu carrera profesional. Pretendemos capacitar a nuestros alumnos para su adecuada adaptación al mercado de trabajo facilitándole su integración en el mismo. Somos el aliado ideal para tu crecimiento profesional, aportando las capacidades necesarias con las que afrontar los desafíos que se presenten en tu vida laboral y alcanzar el éxito profesional. Gracias a nuestro Departamento de Orientación de Carrera se gestionan más de 500 convenios con empresas, lo que nos permite contar con una plataforma propia de empleo que avala la continuidad de la formación y donde cada día surgen nuevas oportunidades de empleo. Nuestra bolsa de empleo te abre las puertas hacia tu futuro laboral.



Financiación y becas

En INESEM

Ofrecemos a nuestros alumnos facilidades económicas y financieras para la realización del pago de matrículas,

todo ello
100%
sin intereses.

INESEM continúa ampliando su programa de becas para acercar y posibilitar el aprendizaje continuo al máximo número de personas. Con el fin de adaptarnos a las necesidades de todos los perfiles que componen nuestro alumnado.



20%

Beca desempleo

Para los que atraviesen un periodo de inactividad laboral y decidan que es el momento idóneo para invertir en la mejora de sus posibilidades futuras.

15%

Beca emprende

Nuestra apuesta por el fomento del emprendimiento y capacitación de los profesionales que se han aventurado en su propia iniciativa empresarial.

10%

Beca alumnos

Como premio a la fidelidad y confianza de los alumnos en el método INESEM, ofrecemos una beca a todos aquellos que hayan cursado alguna de nuestras acciones formativas en el pasado.

Cursos Superiores

Curso Superior en Key Account Manager (KAM)

Impulsamos tu carrera profesional



INESEM
BUSINESS SCHOOL

www.inesem.es



958 05 02 05 formacion@inesem.es

Gestionamos acuerdos con más de 2000 empresas y tramitamos más de 500 ofertas profesionales al año.
Facilitamos la incorporación y el desarrollo de los alumnos en el mercado laboral a lo largo de toda su carrera profesional.