



gestione dei clienti strategici...

DESTINATARI:

Responsabili Commerciali e di Vendita

DURATA:

Due giorni

Obiettivo:

Dare contenuti e strumenti di valutazione del rapporto di partnership che si sviluppa con i clienti strategici, per garantire valore al cliente ed allo stesso tempo essere profittevoli per l'impresa

CONTENUTI:

Logiche di partnership e livelli di integrazione realizzabili con i clienti strategici nella ricerca di soluzioni "complessive- globali"
Focalizzazione e efficacia delle azioni di vendita nello sviluppo delle relazioni con i clienti strategici; le attenzioni-capacità dell'Account nell'ottimizzare le risorse e gli investimenti
Valutazione della redditività del cliente strategico, nella logica dell'activity based costing