



**PARTNER**  
SINCE 2002

# Planificación de cuentas

## Resumen ejecutivo

septiembre de 2020

Patricio Guzmán  
BDLA Chile Ltda.





# **Administración y planificación de Cuentas** *Key Account Management - KAM*



- 1. Estrategia de Cliente al Centro**
- 2. El Proceso de Ventas**
- 3. Que es la Planificación de Cuentas**
- 4. Por que hacer Planificación de Cuentas**
- 5. Concepto de “cuenta clave” – ¿a quien le hacemos la planificación de cuenta?**
- 6. Contenidos del Proceso de Planificación de cuentas**
- 7. Conocimiento de su Cuenta clave**
- 8. Desarrollo de relaciones relevantes**
- 9. Formulación de la propuesta de valor**
- 10. Ejecute su estrategia de cuenta clave: Gestión de Actividades**





# 1. Estrategia de Cliente al centro

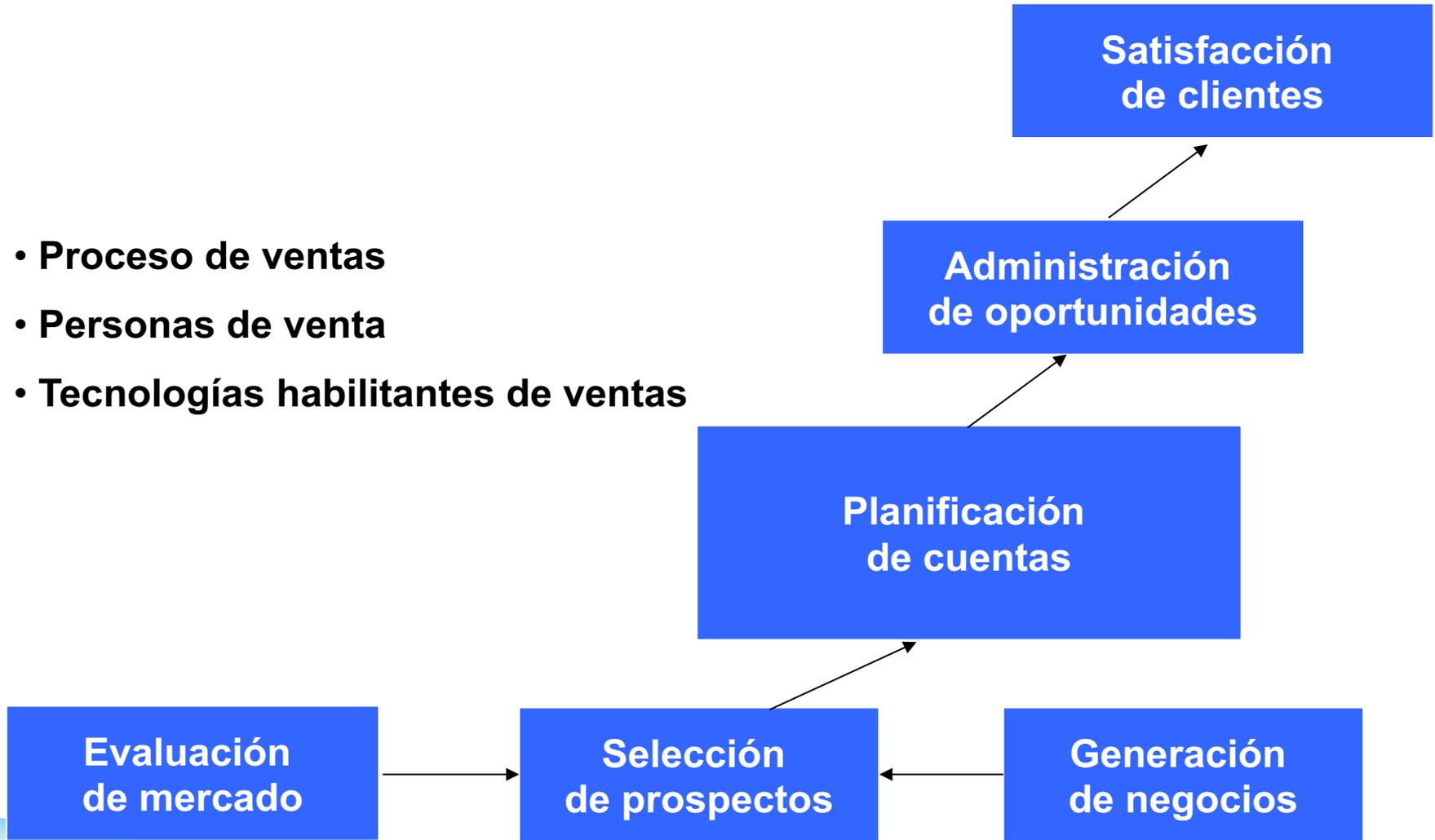




## 2. Procesos de ventas



- Proceso de ventas
- Personas de venta
- Tecnologías habilitantes de ventas



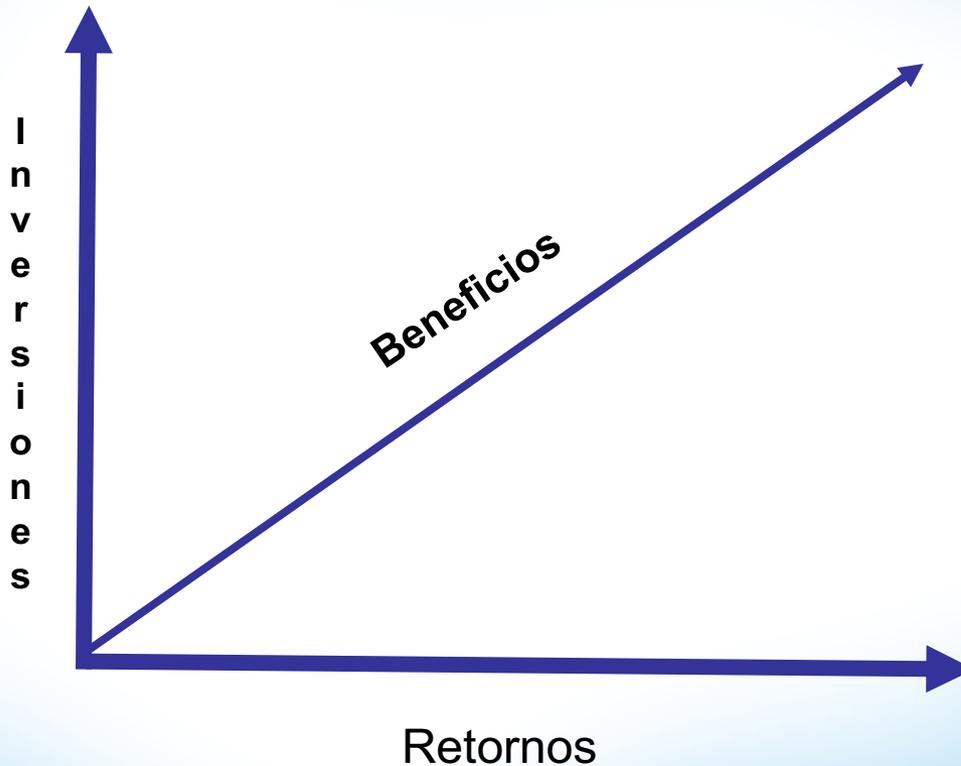
### 3. ¿Que es la Planificación de cuentas?

*“Metodología integrada de trabajo para atender cuentas claves, entender sus necesidades, posicionarse en ellas, permanecer en el tiempo, ampliar la demanda y exceder las expectativas” (BDLA Chile Ltda.)*

*“Estrategia integrada de un equipo que se focaliza en construir un plan estratégico de compañía, que nos permite incrementar nuestro entendimiento de los asuntos críticos del cliente, vincularlos con los productos y servicios de nuestra compañía, establecer, construir y mantener relaciones con ejecutivos claves del cliente y crear la propuesta de valor – entregar el mensaje diferenciador de **¿Por qué nosotros?**”*

*(The Complex Sale Inc.)*

# 4. ¿Por qué hacer Planificación de Cuentas?



## Inversiones

- Ingeniero de Venta dedicado
- Asistente comercial
- Supervisión
- Llamados telefónicos
- Visitas + RPP
- Muestras + demos
- Análisis de Necesidades
- Servicio Técnico
- Portal de Autoservicio
- Productos/Equipos en Demo
- Informaciones de valor

## Retornos

- Preferencia competitiva
- Satisfacción del cliente
- Repetición de pedidos
- Acortar ciclo de ventas
- Bajar costo de transacción
- Incremento de participación
- Incremento de las ventas
- Defensa de los Márgenes



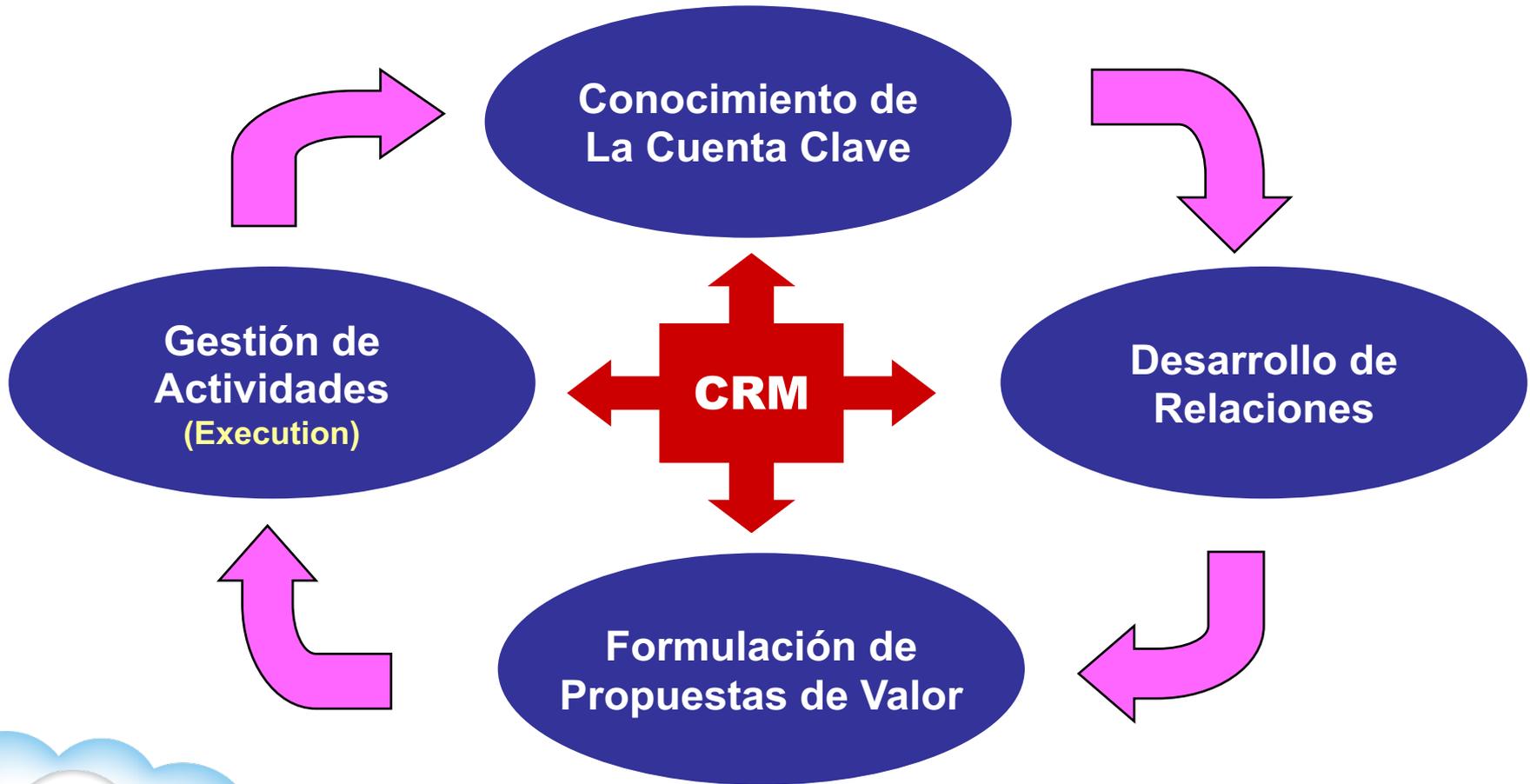
## 5. *¿Qué es una cuenta clave?*

- **Tamaño y potencial – Cuentas por valoración: Tier 1, 2, 3**
- **Valoración de nuestros productos y servicios**
  - Cliente nos recibe con profesionales
  - Nos entrega información que solicitamos
  - Acepta nuestras recomendaciones
- **Extensión, amplitud y variedad de su demanda potencial**
  - Tiene múltiples productos nuestros
  - Cotiza otros productos con regularidad
  - Utiliza Servicio Técnico
  - Comprador de Repuestos
- **Cultura corporativa compatible e historial de la relación**
  - Respeto sus compromisos
  - Paga oportunamente sus cuentas
  - Relaciones que permanecen en el tiempo y con varios de nuestros profesionales
- **Contribución a credenciales**
  - Queremos tenerlo en nuestra lista de clientes
  - Podemos utilizarlo como referencia
  - Nos obliga a ser mejores





# 6. Resumen: Planificación de cuentas





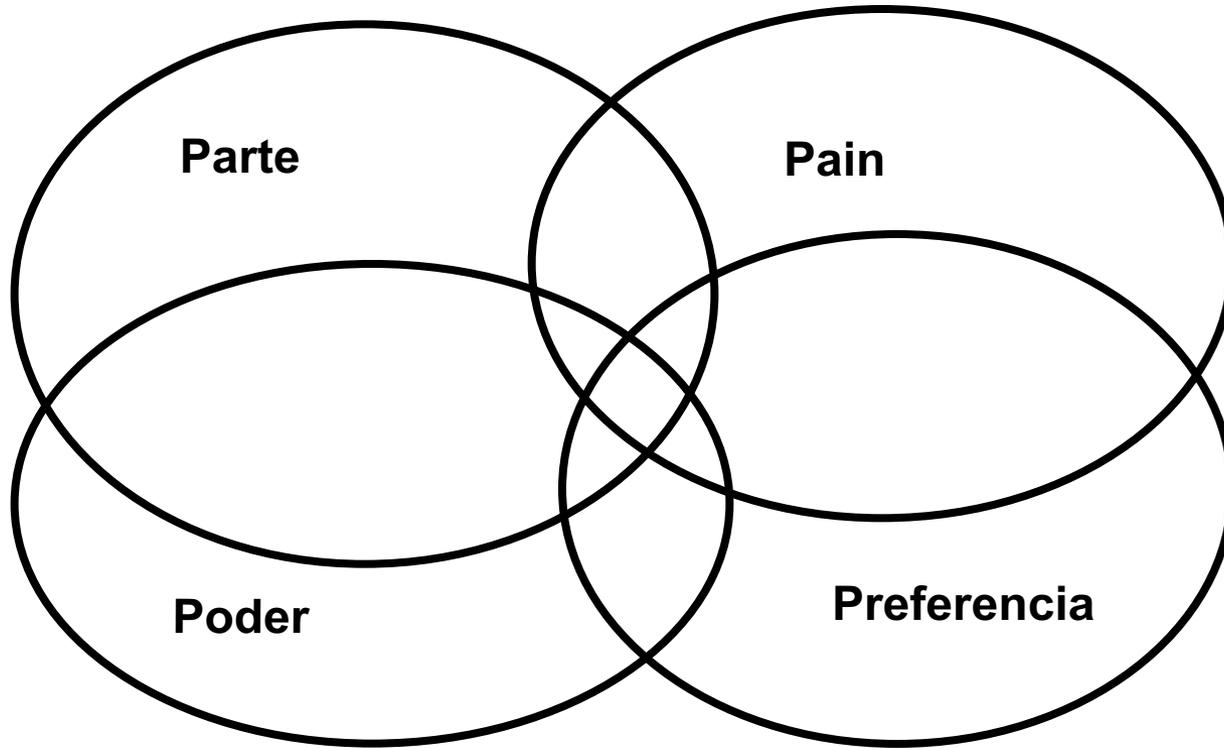
## 7. Conocimiento de su Cuentas Clave

- **Identificación de la Cuenta** – Datos de razón social – RUT – direcciones – teléfonos – sitio web – etc.
- **Clasificación de su Cuenta:** Datos de Industria – Tipo de Cuenta – Tamaño – Valoración – Territorio.
- **Como compra esta Cuenta:** Método de compra: B2B, OC, Chilecompra – Cotiza – compra mensualmente - ¿Cómo quiere ser atendida?
- **Informaciones comerciales de la Cuenta:** Limite de Crédito – Nivel de Descuento – Comportamiento – estado de la relación.
- **Información de Ventas de la Cuenta:** Que le hemos vendido – Ventas mensuales o trimestrales – ventas anuales – Meta de venta de la Cuenta – Potencial de la Cuenta
- **Información Financiera de la Cuenta** – Comportamiento de crédito – informes comerciales – Dicom – Análisis de riesgo – Datos Bancarios – Información otros proveedores – grado de crédito.





## 8. Desarrollo de Relaciones: Balance de poder de compra: vender a quién puede comprar





# Desarrollo de Relaciones y Construcción de preferencia competitiva

- Siempre trate de cambiar la preferencia
- Una persona a la vez – una tarea a la vez
- Ignore y evite los contactos negativos
- Construya relaciones permanentemente



Puntaje	Nivel de preferencia	Significado
50	Confianza	El cliente nos trata como su asesor de negocio
40	Apertura	Nos hablan con apertura de su negocio y nos favorecen
30	Soporte	Nos dan ayuda siempre que la solicitamos
20	Aceptación	La posición es favorable a nosotros entre alternativas
10	Abierto	Recién Comienzan a ser positivos acerca nuestro
0	Neutral	No tienen razones para favorecernos. Pero posición justa
- 10	Indiferente	Pueden inclinarse en cualquier dirección
- 20	Escéptico	Desconfiados e inseguros de nuestras ofertas
- 30	Desafiante	Cuestionan y discuten todo lo que proponemos
- 40	Opuesto	Esta en contra a nosotros o se resiste
- 50	Hostil	Persona muy negativa que se opondrá siempre a nosotros





## *Roles en el proceso de decisión de Compra*

- Identifique los diferentes roles y partes en la compra
- Establezca las preferencias que estos pueden tener
- Determine sus niveles de poder dentro del cliente
- Usted no puede aparecer influenciando personas del cliente

Rol	Significado
Informador Interno	Puede darnos información y también a la competencia
Vendedor Interno	Nos promueva activamente dentro del cliente
Coach - socio	Tiene preferencia y trata de ayudarnos – puede no tener poder
Patrocinador	Persona valida con preferencia por nosotros
Influyente	Persona que influencia a otros en el proceso de compra
Recomendador	Responsable de recomendar a quien se le compra
Tomador de decisiones	Tiene la responsabilidad formal de decidir la compra
Evaluador técnico	Responsable por la opinión técnica de nuestra solución
Proceso – Comprador	Procesa la cotización, la orden de compra y los pagos
Evaluador económico	Responsable por los aspectos económicos de la oportunidad
Usuario	Persona que utilizara nuestro producto o solución
Portero	Persona que solo puede decir que no pero nunca que si



**PARTNER**  
SINCE 2002





# Haga su balance político



Contacto	Cargo	Rol	Preferencia	Responsa ble	Próxima actividad
J. Perez		TD			
A Sierra		US			
N. Wilson		\$\$			
B. Gómez		OC			
S. Nuñez		RC			
F. Lara		ET			
R. Martin		ET			

*“Indique usted cual es su plan de acción para cambiar la preferencia o trabajar en construir una relación positiva”*

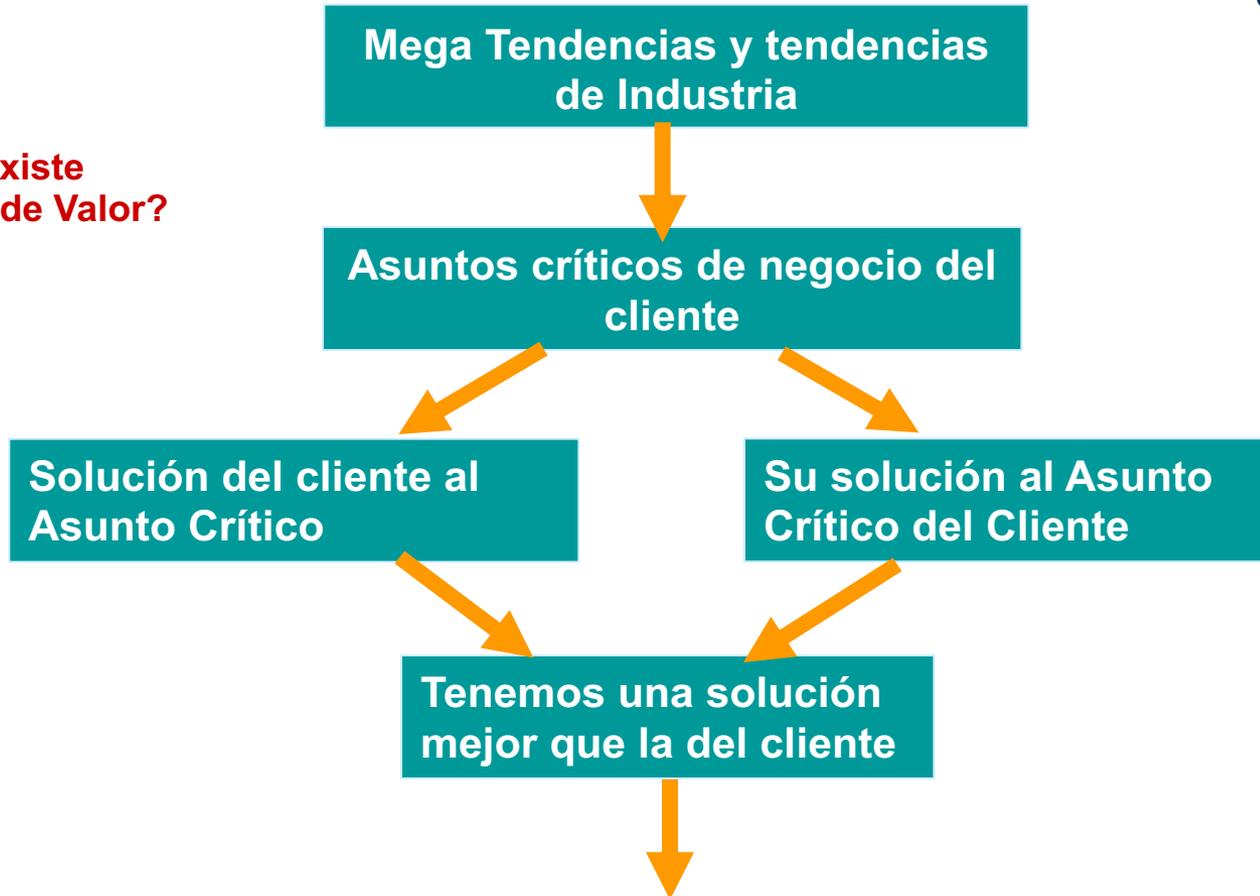




# 9. ¿Cuál es nuestra **propuesta de valor** para esta cuenta ?



¿Cuándo existe  
Propuesta de Valor?



Nivel compañía	Propuesta general de valor
Nivel oportunidad	Propuesta específica de valor
Nivel individual	Mensajes de valor: que hay para usted aquí





# 10. Gestión de Actividades

salesforce

**PARTNER**  
SINCE 2002

## Tópicos / Objetivos

- Tipos de Actividades
- Nueva Tarea vs. Ingresar un llamado
- Eventos
- Envío de E-mails



**SOFTWARE**

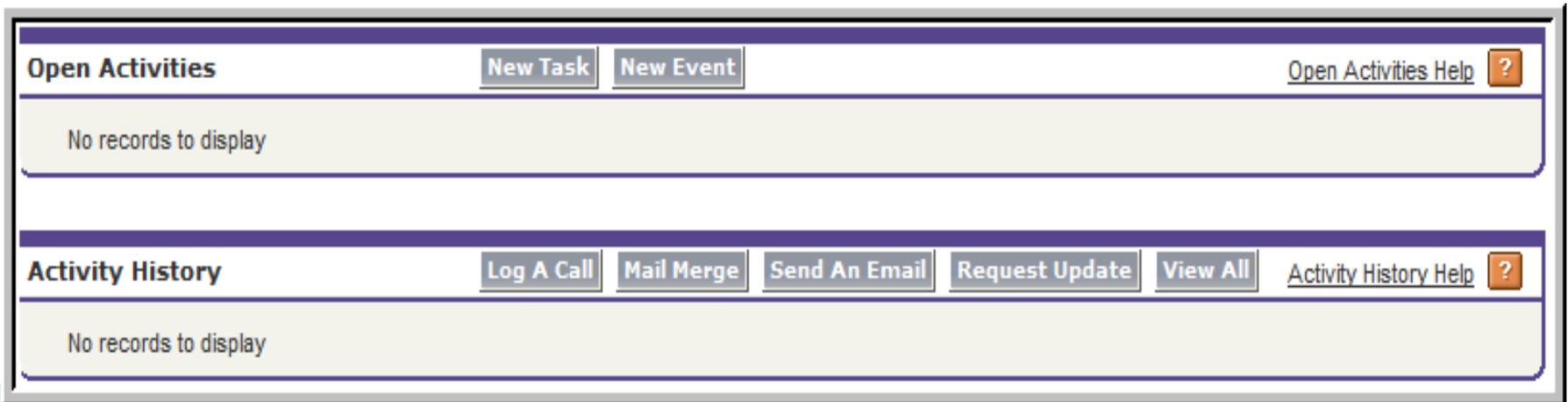


- **Tipos de Actividades**

1. Tareas
2. Registro de Llamadas
3. Eventos
4. E-mails

- **Tipos de Listas Relacionadas**

1. Actividades Abiertas
2. Historial de Actividades



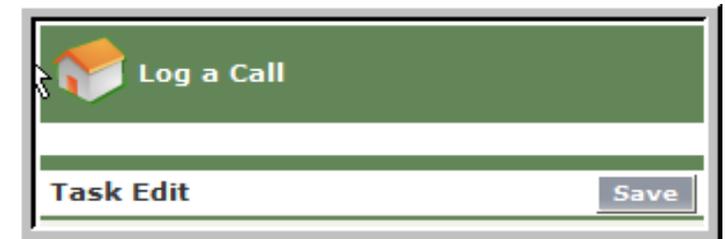


- Nueva Tarea

- Sensible a la fecha
- El Estado es “Abierta” hasta que se marque como cerrada
- Puede asignarse tareas a usted mismo
- Puede asignar tareas a otros usuarios, uno o varios
- Las tareas pueden programarse con alerta

- Registro de Llamado

- Estado automáticamente “cerrado” por default
- También se puede crear una Tarea de Seguimiento





### Eventos

- Citas de Calendario asociadas a Cuentas, Contactos y/u Oportunidades
- Sensible a fecha y hora
- Invite a otros al Evento
  - Similar a invitaciones/solicitudes de reuniones
- Cuando la fecha y hora del Evento pasa, el Evento se mueve a la lista relacionada “Historial de Actividades”
- Eventos recurrentes tienen que tener fecha de inicio y término





# Administración de Actividades

## >Envío de un E-mail



### Email

- Un Email puede ser asociado a:
  - Contacto
  - Cuenta / Oportunidad
- Plantillas de Email estandarizadas para e-mails salientes
- El estado de los Email HTML son visibles solo en el registro del Contacto

The screenshot shows the 'Task Send an Email' interface. At the top, there is a green header with a house icon and the text 'Task Send an Email'. Below the header is a toolbar with buttons for 'Send', 'Select Template', 'Attach File', 'Check Spelling', and 'Cancel'. The main area is titled 'Edit Email' and includes a 'Re' indicator. The 'Email Format' is set to 'Text-Only' with a 'Switch to HTML' link. The 'To' field contains 'John Doe'. There is an 'Account' dropdown menu. The 'Additional To', 'CC:', and 'BCC:' fields are empty. The 'BCC:' field contains 'ascott@salesforce.com'. The 'Subject' field contains 'Thank you for your time.'. The 'Body' field contains 'Dear John, Thank you....|'. There are scroll bars on the right side of the 'Additional To', 'CC:', 'BCC:', and 'Body' fields.



## Agradecimientos

Agradecemos la oportunidad atender su empresa. Si usted necesita ayuda por favor contáctenos sin demora

[patricio.guzman@bdlachile.com](mailto:patricio.guzman@bdlachile.com)

[hernan.ibarra@bdlachile.com](mailto:hernan.ibarra@bdlachile.com)

Tel.: 2 2785 5714

Cel: 9 9538 7373

[www.bdlachile.com](http://www.bdlachile.com)

