



2DA EDICIÓN

DIPLOMADO

KEY ACCOUNT MANAGER

*Certificación registrada en el Ministerio de Trabajo
y avalada por Corporación Fórum Ecuador*



www.forumecuador.com



"Desarrolla y mantiene las relaciones comerciales estratégicas con clientes clave en la industria de consumo masivo"

INFORMACIÓN GENERAL

En la industria del consumo masivo, donde la competencia y las demandas del cliente son cambiantes, el Key Account Manager (KAM) es esencial para gestionar autoservicios y tiendas de conveniencia.

Los KAM son clave en la creación de relaciones estratégicas entre la empresa y sus principales canales de venta, anticipando tendencias y necesidades del mercado. Con el diplomado en Key Account Manager, perfeccionarás tus habilidades en negociación, ventas y fidelización de clientes para destacar en este rol crucial.



OBJETIVOS:



1. Gestionar y dirigir estratégicamente puntos de autoservicio y tiendas de conveniencia, optimizando su operación y rentabilidad.
2. Adquirir un conocimiento integral del proceso principal, habilidades y competencias necesarias para desempeñarse como Key Account Manager de manera efectiva.
3. Profundizar en las diversas funciones del Key Account Manager (KAM), identificando las áreas clave de responsabilidad y su impacto en los resultados comerciales.
4. Comprender los modelos de gestión y optimizar el manejo de información, negocio, relaciones y equipo en la gestión de cuentas clave.

PERFIL DEL ESTUDIANTE

El **Key Account Manager (KAM)** está dirigido todos los profesionales del ámbito de la industria de consumo masivo, gerentes, ejecutivos de cuentas clave – KAM, gerentes comerciales, gerentes regionales, gerentes de sectores económicos, gerentes de acceso a mercados, gerentes de relacionamiento con clientes, gerentes de mercadeo, empresarios, emprendedores y directores comerciales que buscan entender el rol de las cuentas claves.



METODOLOGÍA

Clases 100% online con profesor en vivo, en un horario de lunes a miércoles de 19H00 a 21H30, con una duración total de 120 horas académicas.

DETALLES DEL DIPLOMADO



FECHA DE INICIO:	10 de marzo del 2025
HORARIOS:	lunes a miércoles de 19h00 a 21h30
DURACIÓN:	120 horas académicas
MODALIDAD:	100% online con profesor en vivo
INVERSIÓN:	730 USD <i>(Diferido a 3 y 6 meses sin intereses)</i>

APROBADO EL DIPLOMADO RECIBIRÁS

- Certificación registrada en el Ministerio de Trabajo y avalada por Corporación Fórum Ecuador.

CLAUSTRO ACADÉMICO

FRANCISCO MOSCOSO TOAQUICA

Doctorado en Administración – Universidad Nacional de Rosario, Argentina

MBA Administración de Empresas – Escuela Politécnica del Ejército, Quito

Ingeniero Comercial – Escuela Politécnica del Ejército, Quito

EXPERIENCIA LABORAL:

Docente en Maestría en Administración de Empresas – PUCE ESMERALDAS / AMBATO

Docente en Maestría en Marketing – Universidad Técnica de Ambato

Docente Pregrado Ciencias Administrativas – PUCE QUITO

Jefe del Departamento de Compra de Flor – Dole Fresh Flowers Inversiones Florícola, Quito.

Jefe de Comercio Exterior – Dole Fresh Flowers Inversiones Florícola, Quito.

PABLO HERNÁNDEZ TINOCO

Magister en Agronegociaciones Internacionales – UIDE

Magíster en Mercadotecnia – ESPE

Magister en Formación de profesorado en Docencia e Investigación para la educación superior. – UNED

Ingeniero Comercial – ESPE

EXPERIENCIA LABORAL:

Escuela de Leyes (Harvard University) Entrenamiento como formador en el curso "Teaching Negotiation in the Organization"

Docente en la Facultad de Administración – PUCE

Docente Negocios Internacionales – UTE

Docente Maestría en Educación y desarrollo social – UTE

Presidente del Directorio SERPADER

Vicepresidente del Directorio PALCIEN S.A

CARMEN GALIANO VÁSCONEZ

Ingeniería Comercial – Especialización en Marketing.

EXPERIENCIA LABORAL:

Gerente en marca Nosotras, Essity Ecuador

Jefe de Producto marcas Propias, Confiteca

Jefe de Producto línea de socios comerciales, marca del MONTE, Confiteca

ESQUEMA DE CONTENIDOS

1

Fundamentos de KAM

- El nuevo entorno de la gestión de cuentas clave
- Cambios y tendencias en los modelos de gestión de cuentas clave
- Elementos del plan de desarrollo de cuentas clave
- El nuevo rol del Key Account Manager
- Análisis competitivo y ciclos de vida de las cuentas clave
- Análisis de desempeño del portafolio de cuentas clave

2

Planificación, Organización y Gestión de cuentas clave

Fundamentos de la Planificación Estratégica de Ventas en Autoservicios:

- Introducción a la planificación estratégica de ventas en el canal moderno
- Análisis del entorno competitivo y de mercado en los autoservicios.
- Identificación de oportunidades y desafíos en el canal de autoservicios.

Análisis de la Competencia:

- Herramientas y Métodos de Análisis de la Competencia
- Análisis de la industria: Porter 's Five Forces.
- Benchmarking: comparación de métricas clave con competidores.
- Investigación de mercado y análisis de datos secundarios.
- Entrevistas a clientes, proveedores y otros stakeholders.

Comportamiento del Consumidor y Shopper Marketing:

- Introducción al comportamiento del consumidor
- Introducción al comportamiento del shopper
- Consumidor y shopper, agentes complementarios
- De la publicidad a la conversación
- Teorías que explican el comportamiento del consumidor
- La importancia de las redes sociales en el consumidor actual
- Motivaciones del consumidor y shopper
- Comportamiento del consumidor y tendencias de compra en los autoservicios.
- Segmentación y targeting de clientes en el canal de autoservicios.

Estrategias de Producto y Pricing en Autoservicios:

- Desarrollo de estrategias de producto adaptadas al canal de autoservicios.
- Estrategias de pricing competitivo y rentable para autoservicios.
- Promociones y actividades de marketing en el canal de autoservicios.

Desarrollo de Estrategias de Ventas para Autoservicios:

Definición de objetivos de ventas específicos para el canal de autoservicios:

- Estrategias de penetración y expansión en el canal de autoservicios.
- Planificación de actividades de ventas y negociación en autoservicios.

Elaboración del plan de ventas detallado para el canal de autoservicios:

Seguimiento y Evaluación del Plan de Ventas en Autoservicios:

Trade Marketing:

- Elementos y factores clave de un plan exitoso de Trade Marketing
- Tendencias Visual Merchandising
- Gestión del surtido: estructura y dimensiones estratégicas
- Implantación y exposición de productos
- Plan de presentación de productos
- Macro y Microlayout
- Organización del producto en el punto de venta
- Organizaciones lineales y puntuales
- Estrategia de Surtido

Creación de equipos competitivos:

- Técnicas básicas de selección de personal
- La heterogeneidad del grupo
- Diferentes tipos de equipo
- Estrategias de cohesión y comunicación en el equipo
- Determinación de roles dentro del equipo de ventas

3

Branding y Posicionamiento de marca del y hacia el Retail

- Gestión de la marca en el punto de venta
- Estrategia monomarca / multimarca
- Arquitectura de marcas en Retail
- Diferenciadores frente a la competencia
- Imagen del establecimiento
- Relación marca / formato
- Tipos de marca (producto) de acuerdo con su rol estratégico de surtido

4

Social Selling e I.A. aplicada a la Gestión de Cuentas Clave

- Creación y optimización del Perfil Multimedia de LinkedIn con AI para SEO
- Prospección de cuentas con LinkedIn y protocolos colaborativos
- Análisis de clientes, oportunidades y creación de alertas
- Los 6 niveles del networking de alto crecimiento
- Mensajes de alto impacto con AI
- Convierte a tus clientes en tus embajadores de marca

5

Liderazgo y Gestión del equipo KAM

- Introducción al liderazgo en el contexto de la gestión de cuentas clave.
- Comunicación Efectiva
- Desarrollo de Equipos de Alto Rendimiento
- Gestión del Cambio
- Toma de Decisiones y Resolución de Problemas
- Gestión del Desempeño y Feedback

5

Negociaciones Estratégicas con Cuentas Clave

- Modelos de negociación en la gestión de cuentas clave
- Tipos de negociación
- Estrategias y tácticas de negociación
- Roles en la negociación
- Solución de problemas y conversaciones difíciles
- El plan de negociación
- Casos y role play de negociación

MÉTODOS DE PAGO

VALOR DEL DIPLOMADO:

730 USD

Difiere con **tarjeta de crédito hasta 6 meses sin intereses** con las siguientes tarjetas:

PRONTO PAGO:

650 USD

(Efectivo, depósito o transferencia)



Datos de cuenta para depósitos o transferencias:

Destinatario: Forum Ecuador
RUC: 1792122201001
Banco: Pichincha corriente # 3386334304
Email: operaciones1@forumecuador.com



**Conviértete en un negociador experto,
enfrentando desafíos con confianza y logrando resultados exitosos.**

 +593 99 992 0300

 Quito - Ecuador
Av. Francisco de Orellana
E9 - 195 y 6 de Diciembre,
edificio Alisal de Orellana,
oficina PB01

Diplomado **20**
Key Account
Manager **25**