



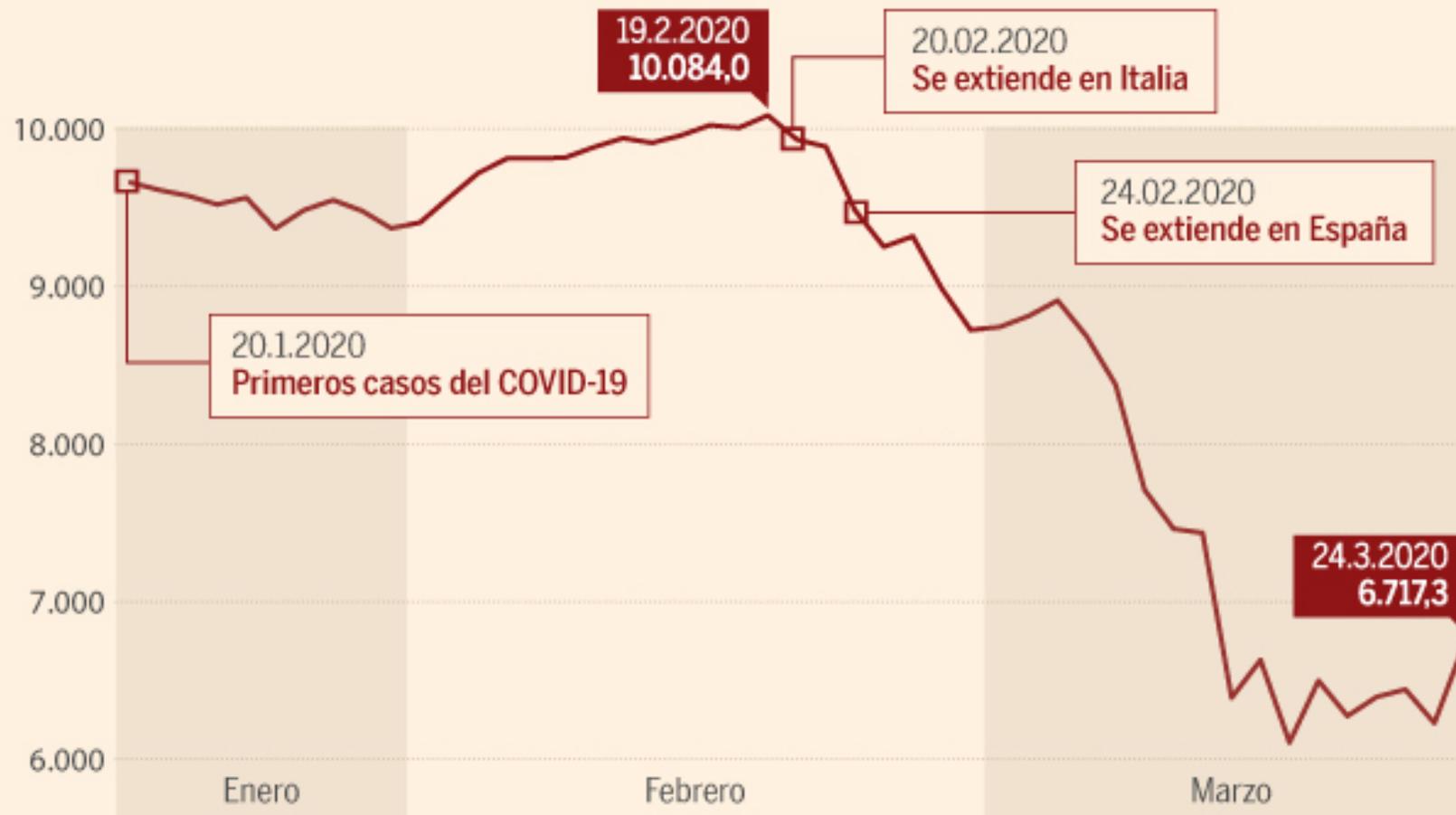
## **Gestión de la cartera de clientes**

José Antonio Navarro Borcha

N&N Consultores, S.L.

## EL IMPACTO DEL CORONAVIRUS EN EL IBEX 35

Evolución del IBEX 35 en relación al COVID-19 (valor de cierre, en puntos)



Y AHORA ¿QUE HAGO?



## 2 Cuestiones a tener en cuenta

### 1. Lo que conozco

- ✓ Control del riesgo ABC.
  - ✓ ¡ATENCIÓN!, no es lo que nos deben los clientes,
- ✓ Gestión comercial (Potencialidad de los clientes actuales)

# PRINCIPIO DE PARETO LA REGLA DEL 80/20

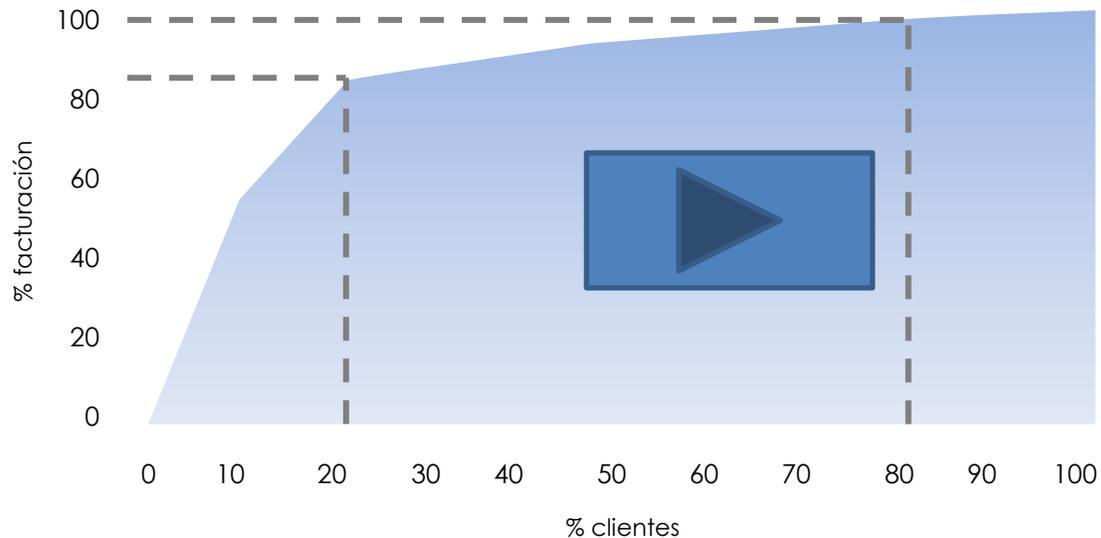
El **Principio de Pareto** fue descrito por el economista y sociólogo **Wilfredo Pareto**, que especifica una relación desigual entre entradas y salidas.

El **principio** establece que el 20% de la lo que entra o se invierte es responsable del 80% de los resultados obtenidos.

# El análisis de la situación propia

Elementos clave: ABC de clientes, ley de Pareto

ABC



# 2 Cuestiones a tener en cuenta

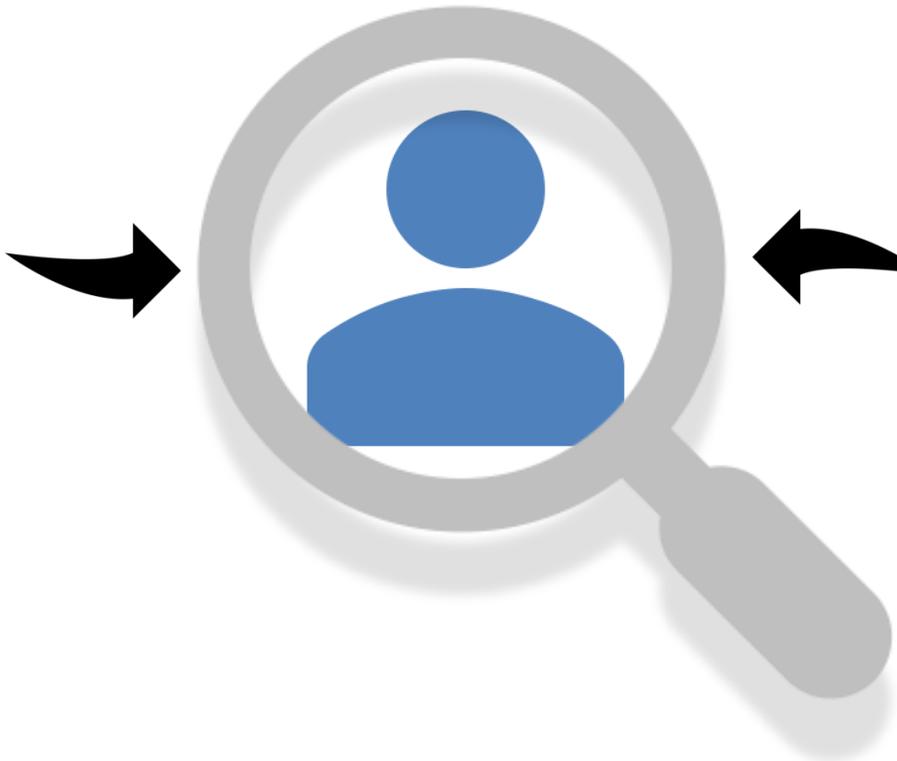
## 2. El mercado potencial, que abarca actuaciones en dos vertientes:

- ✓ La política de la empresa.
- ✓ La política personal
- Prospección:
  - Establecer una lista de posibles clientes
  - Hacer una ficha para filtrar los datos
  - Clasificar los clientes potenciales por ABC

# La prospección de mercados

Elementos clave: Potencialidad, CRM.

Fuentes  
internas



Fuentes  
externas



# Definiendo los objetivos



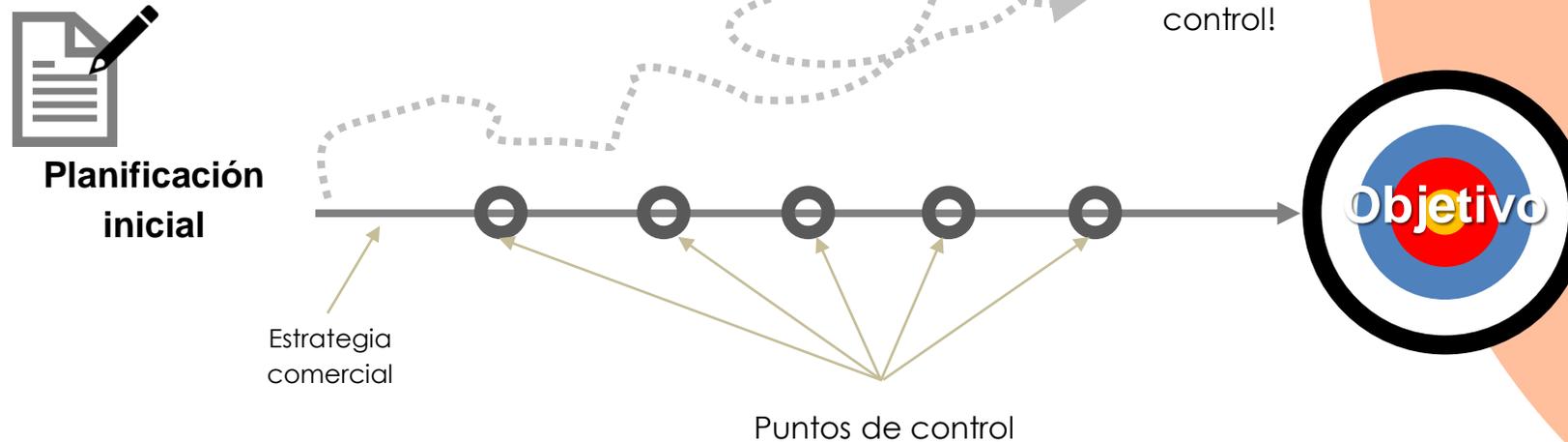
**M. A. R. T. E.**

# Planificando metas



# Planificando metas

Elementos clave: Objetivo, Estrategia





**¿PODRÍAS DECIRME, POR FAVOR,  
QUÉ CAMINO DEBO SEGUIR  
PARA SALIR DE AQUÍ?**

**-ESTO DEPENDE EN GRAN PARTE  
DEL SITIO AL QUE QUIERAS LLEGAR**

**-NO ME IMPORTA MUCHO  
EL SITIO...**

**-ENTONCES TAMPOCO IMPORTA  
MUCHO EL CAMINO QUE TOMES**

*-Alicia en el país de las maravillas*

**SI NO SABES DÓNDE VAS**

¿Qué más da el camino?

# La preparación global

Elementos clave: preparación, organización

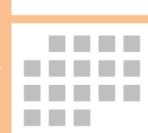
Listado de  
clientes potenciales



Fijar la frecuencia  
de visitas



Clasificación  
ABC



Fijar el módulo  
de visita



Comprobar la  
efectividad



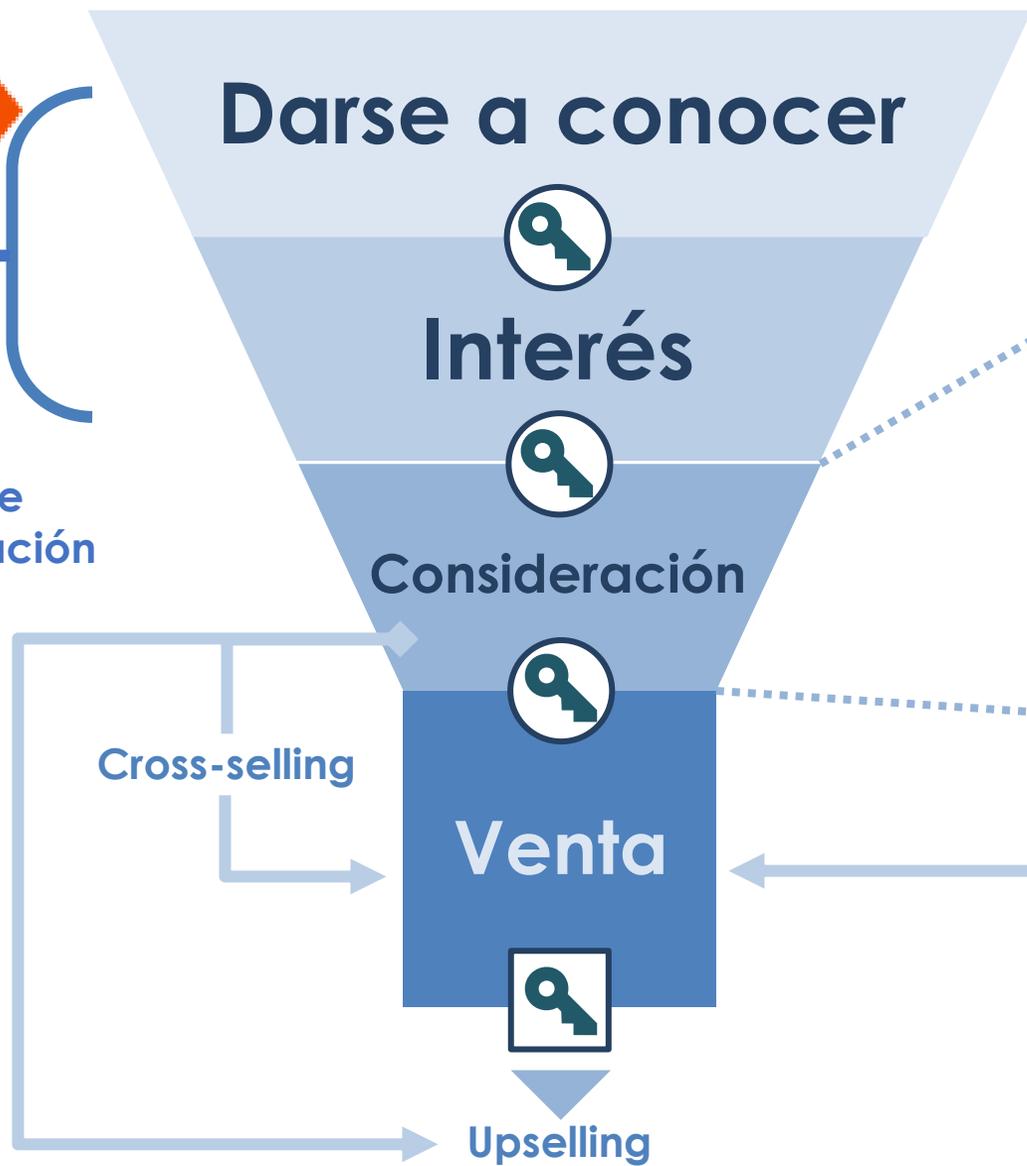
Desglosar el  
plan de ruta



Comprobar datos  
Fijar rutas



Plan de comunicación



Cross-selling

Upselling



 KPI (indicador clave de rendimiento)

 Cambio de fase

 Monetización

# Unas aclaraciones finales



# **iGracias!**

**www.nnconsultores.com**