

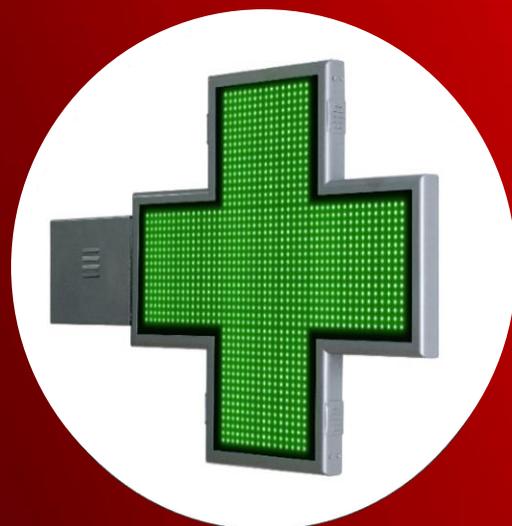
Las empresas no podrían comercializar sus productos y servicios sin la colaboración de sus partners comerciales y del canal de distribución. Para mantener la colaboración activa, este tipo de partners comerciales suelen incluirse en los programas de incentivación de las empresas.

Ahora existe la posibilidad de incluir en estos planes de fidelización una serie de programas de coaching para que los partners de la organización puedan mejorar los aspectos que consideren oportunos. Por ejemplo: un partner comercial podría disponer de servicios de coaching dirigidos a mejorar la gestión de su negocio.

El coaching es una herramienta diferenciadora que las corporaciones pueden ofrecer para incentivar a sus partners comerciales.

Número de sesiones: 8 por partner

Duración: 1h30' /sesión



El coaching  
como Incentivo