

Seminar

# Key Account Management im Technischen Vertrieb

Ihre Vorteile nach dem Seminar:

- Sie kennen die Voraussetzungen für eine erfolgreiche Einführung von Key Account Management.
- Sie kennen die Aufgaben des Key Account Managers und schaffen die Rahmenbedingungen für eine Zusammenarbeit in KAM-Teams.
- Sie beherrschen die Methoden zur Analyse und Bewertung von Key Accounts.
- Sie setzen mit allen Funktionsbereichen Ihres Unternehmens die Strategie für ein erfolgreiches Key Account Management um.
- Sie erarbeiten Key Account Pläne und setzen die Maßnahmen zielorientiert mit allen Unternehmensteilen um.
- Sie kennen die Instrumente zur Erfolgskontrolle und setzen diese zur Motivation aller Beteiligten ein.

Ihre Seminarleitung:

Dipl.-Ing. Bernhard Frese  
Spezialist für Key Account Management,  
Bad Arolsen

Termin und Ort:

- Seminar 10SE036039  
16. und 17. Juli 2013,  
Mannheim
- Seminar 10SE036040  
11. und 12. November 2013,  
Ratingen bei Düsseldorf



„Damit Ihnen die Kunden die Treue halten, ist es unabdingbar, dass Sie ihre Erwartungen erfüllen und oder gar übertreffen“

Jack Welch (\*19.11.1935), ehem. CEO General Electric (1981-2001)

## Thema

Key Account Management ist heute in einem großen Teil der Unternehmen vorhanden, doch das Verständnis über Key Account Management geht selbst in einzelnen Unternehmen sehr weit auseinander.

Praktische Erfahrungen zeigen, dass durch ein systematisch umgesetztes Key Account Management der Umsatz und das **Ergebnis gesteigert** werden kann. Ein gut funktionierendes Key Account Management stärkt in hart umkämpften Märkten die eigene Wettbewerbsposition und sichert so den Unternehmenserfolg auch in schwierigen Zeiten.

Kundenbindung bedeutet die Bereitschaft, sein Unternehmen von den selbst definierten Key Accounts mit Steuern zu lassen. Das bedeutet nicht, dass die Entscheidungsgewalt aus der Hand gegeben wird, sondern dass eine Partnerschaft angestrebt wird. **„Im Kopf des Kunden denken und fühlen“** ist den heutigen komplexen Märkten die Voraussetzung ein Beziehungsmanagement aufzubauen.

Die Richtlinien der EFKAM e.V. – European Foundation for Key Account Management, an denen sich das Seminar orientiert, basieren auf wissenschaftlichen Erkenntnissen und praktischer Erfahrung mit nationalen und internationalen Key Accounts. Die **Richtlinien** sind Bewertungs- und Beratungsgrundlage für eine systematische Einführung und den professionellen Ausbau von Key Account Management.

## Zielgruppe

- Inhaber und Geschäftsführer, die das Key Account Management in ihrem Unternehmen einführen oder optimieren möchten
- Vertriebsleiter, Leiter Key Account Management, Key Account Manager
- Führungskräfte aus den Bereichen Marketing und Vertrieb, die den Vertrieb gestalten und leiten

## Referent

### Dipl.-Ing. Bernhard Frese

*Geschäftsführender Gesellschafter eines Beratungs- und Marketingunternehmens, Bad Arolsen*

Gründungs- und Vorstandsmitglied der EFKAM e.V. – European Foundation for Key Account Management  
Als Spezialist für strategisches Marketing und Vertrieb hat sich Bernhard Frese auf Markt- und Kundenmanagement spezialisiert und führt Seminare und Workshops für Vertrieb, Marketing und Produktmanagement durch. Herr Frese war über 15 Jahre als Fach- und Führungskraft für Marketing und Vertrieb in internationalen Unternehmen im In- und Ausland tätig und hat in dieser Zeit zahlreiche Methoden zur Marktbearbeitung entwickelt und in der Praxis eingeführt.



## Seminarinhalt >>

1. Tag 10:00 Uhr – gegen 18:00 Uhr, 2. Tag 09:00 Uhr – gegen 17:30 Uhr

### 1. Begrüßung, Überblick, Einordnung

- Die Herausforderungen an das Key Account Management der Zukunft
- Was die Kunden vom Key Account Manager und seinem Unternehmen erwarten

### 2. Grundlagen des Key Account Managements

- Die Bedeutung von Key Account Management (KAM) für das gesamte Unternehmen
- Wie Sie Key Account Management zum Vertriebsprozess des gesamten Unternehmens machen
- Wie Sie Key Account Management organisieren und die notwendigen Rahmenbedingungen schaffen
- **WORKSHOP** Gruppenarbeit zum Aufbau eines Kundenbewertungssystems mit Praxisbeispielen aus der Metall- und Elektroindustrie

### 3. Die Markt- und Kundenanalyse

- Wie Sie Ihre Key Accounts systematisch analysieren
- Wie Sie die Entscheiderstruktur Ihrer Key Accounts darlegen
- Wie Sie die Wettbewerber bei Ihren Key Accounts ergründen
- Wie Sie den Bedarf Ihrer Key Accounts analysieren

### 4. Die kundenspezifische KAM-Strategie des Key Account Managers

- Sie formulieren strategische Ziele und geeignete Umsetzungsmaßnahmen
- Sie erstellen eine Übersicht Ihrer Schlüsselleistungen und der von ihnen erwarteten Gegenleistungen
- **WORKSHOP** Gruppenarbeit zur praktischen Formulierung motivierender Kundenziele und Kennzahlen zur systematischen Zielverfolgung (Scorecard)

### 5. Methoden und Maßnahmen zur erfolgreichen Umsetzung der KAM-Strategie

- Sie definieren Unternehmensleistungen, die sich klar an den Bedürfnissen Ihrer Key Accounts ausrichten
- Sie fokussieren Ihr Unternehmen genau auf die Leistungen zur Erhöhung der Kundenzufriedenheit, die für Ihre Key Accounts am wichtigsten sind
- **WORKSHOP** Gruppenarbeit zur Formulierung überzeugender Nutzen- und Mehrwertargumente zur Vorbereitung von Kundengesprächen und Top-Verhandlungen (Value Proposition)

## Zielsetzung

Im Seminar trainieren die Teilnehmer die einzelnen Aspekte eines systematischen Key Account Managements:

### ■ Strategie

Auf Basis einer Kundenbewertung treffen Sie die Auswahl Ihrer Key Accounts nach strategischen Gesichtspunkten. Durch die systematische Analyse der Key Accounts durch das KAM-Team wird eine individuelle Kundenbearbeitungsstrategie entwickelt.

### ■ Umsetzung

Um Key Accounts angemessen betreuen zu können, ist eine genaue Analyse der bisher in Anspruch genommenen oder erwarteten Leistungen notwendig. Das bedingt eine optimale Zusammenarbeit aller beteiligten Unternehmensteile. Basierend auf den eigenen Fähigkeiten und den identifizierten Kundenzufriedenheitstreibern werden kundenspezifische Leistungs- und Betreuungspakete definiert und der Nutzen den Key Accounts überzeugend vermittelt.

### ■ Fähigkeiten

Aus strategischer Sicht legen Sie fest, welche Fähigkeiten Key Account Manager im operativen Geschäft benötigen, um die ihnen übertragenen Aufgaben erfolgreich bewältigen zu können. Darüber hinaus gilt es, zu entscheiden, welche Rollen Key Account Manager nach außen und innen wahrnehmen sollen und mit welchen Kompetenzen sie dafür ausgestattet sein müssen.

### ■ Organisation

Sie legen die, für ein erfolgreiches Key Account Management notwendigen, strukturellen und organisatorischen Rahmenbedingungen für das eigene Unternehmen fest. Mit dieser klaren Festlegung schaffen Sie auch eine kundenorientierte Unternehmenskultur, die weit über die Vertriebsarbeit hinausgeht.

### ■ Erfolgskontrolle

Basierend auf Ihrer Vision und den Unternehmenszielen formulieren Sie klare Ziele für die erfolgreiche Zusammenarbeit mit Ihren Key Accounts. Zur Erfolgskontrolle definieren Sie individuelle Erfolgsfaktoren und richten ein Monitoring zur systematischen Bewertung der Umsetzungsmaßnahmen ein.

## Inhouse-Seminar

Dieses Seminar können Sie auch als firmeninterne Schulung buchen:

- Inhaltlich passgenau auf Ihre Bedürfnisse abgestimmt
- Mit praktischen Beispielen aus Ihrem Arbeitsumfeld
- Sie bestimmen Inhalte, Termin und Ort
- Optimaler Wissenstransfer für Ihre Mitarbeiter garantiert

Gerne erstellen wir Ihnen ein individuelles Angebot. Rufen Sie uns an.

Frau Silvia Auth/Frau Angela Bungert

Tel.: +49 211 6214-667/563, E-Mail: [inhouse@vdi.de](mailto:inhouse@vdi.de)

## Seminarinhalt >>

### 6. Optimale Beziehungsnetzwerke beim Key Account

- Sie bewerten Kundenbeziehungen und identifizieren Schlüsselkontakte mit der Entscheidermatrix
- Sie erkennen Machtstrukturen beim Key Account und analysieren eine angepasste Kontaktstrategie
- Sie planen den gezielten Einsatz von Sponsoren und Fürsprechern zur schnelleren Umsetzung der eigenen Ziele

### 7. Der Key Account Entwicklungsplan

- Sie erkennen die Vorteile von Key Account Entwicklungsplänen
- Sie setzen Ihre Key Account Entwicklungspläne vorteilhaft zur Erreichung Ihrer Ziele ein
- **WORKSHOP** Gruppenarbeit zur Erstellung einer Struktur für unternehmensspezifische Key Account Entwicklungspläne

### 8. Zusammenfassung und Ausblick

- Feedback und Erfahrungsaustausch
- Umsetzungsplanung und Auswirkungen auf den Unternehmensalltag

**In Kombination aus Vorträgen, Workshops und kurzen Fallstudien lernen die Teilnehmer die strategischen Themen des Key Account Managements kennen. Anschließende Diskussionen geben den Seminarteilnehmern die Chance zum Erfahrungsaustausch.**