



Seminar

Key Account Management I

Auf diese Fragen gibt es im Seminar die Antworten aus der Praxis:

- Was steckt wirklich hinter dem Begriff Key Account Management (KAM)?
- Wie kann ich die Schlüsselkunden systematisch und objektiv ermitteln, um meine Unternehmensressourcen gezielt auf diese Kunden zu fokussieren?
- Wie kann mir ein professionelles Key Account Management helfen, mich und mein Unternehmen am Markt zu differenzieren?
- Was sind die 5 Basis - Aufgaben eines Key Account Managers in jedem Unternehmen?
- Was ist ein Key Account Plan (KAP) und wie kann ich optimal im eigenen Unternehmen, wie auch beim Kunden einsetzen?
- Wie kann ich eine systematische Kundenanalyse durchführen und woher erhalte ich die dazugehörigen Informationen?
- Wie kann ich Informationsquellen, wie den Geschäftsbericht, soziale Netze (XING, ...), Blogs und Foren gezielt für mich verwenden?
- Was sind die Kernfragen einer systematischen Wettbewerbsanalyse bezogen auf einen einzelnen Key Account?
- Wie sollte sich das (virtuelle) Key Account Team zusammensetzen? Wie kann es optimal gesteuert werden und wie stellt man einen kontinuierlichen Informationsfluss im Team sicher?
- Wie kann ich gezielt intern Kollegen, Abteilungen und andere Bereiche für mich und meinen Kunden gewinnen?
- Wie erarbeite ich konkret meine 5 Top Ziele, Umsetzungsstrategien und Maßnahmenpläne im Key Account Management?
- Wie kann ich ein professionelles Beziehungsmanagement auf allen Ebenen zwischen den Unternehmen aufbauen (Stichwort: Multi-Level-Selling)?
- Mit welchen Instrumenten kann ich die Kundenbeziehungen mittel- bis langfristig systematisch entwickeln?

Ihr Praxisnutzen:

Sie wenden alle gezeigten Werkzeuge direkt auf Ihr Unternehmen an und erstellen ein Kundenportfolio sowie einen Key Account Plan für einen von Ihnen ausgewählten Kunden!

Termine:

15. und 16. März 2011
17. und 18. Mai 2011
27. und 28. September 2011

Veranstaltungsort:

Großraum Stuttgart



Seminarziele

Sie erhalten einen Überblick über den systematischen Key Account Management Ansatz und den Werkzeugkasten eines Key Account Managers. Am Ende des Seminars haben Sie die Kriterien erarbeitet, nach denen Sie - in Ihrer Rolle als Key Account Manager oder Vertriebsleiter - Ihre Schlüsselkunden identifizieren können und haben für einen ausgewählten Topkunden einen Kundenentwicklungsplan (Key Account Plan) erstellt. Diesen Plan erstellen Sie im Microsoft Office Format, so dass Sie Ihren Plan nach dem Seminar in Ihrem Unternehmen einfach kommunizieren und weiter bearbeiten können! Das Seminar wird somit zum Workshop, in dem Sie das Erlernete direkt auf Ihre Arbeitsumgebung anwenden können.

Zielgruppe

- Geschäftsführer
 - Marketing- und Vertriebsleiter
 - (Key) Account Manager
- Erfahrene Key Account Manager erhalten eine Auffrischung der Methodik, neue Key Account Manager erhalten einen fundierten Überblick. Beide können das Erlernete direkt auf Ihre Schlüsselkunden anwenden.
- Mitarbeiter aus Key Account Management Teams

Teilnehmerzahl

- Maximal 12 Teilnehmer

Methodik

- Kurzvorträge
- Konkrete, schrittweise Anwendung auf die eigene, spezifische Geschäftsumgebung der Teilnehmer
- Workshopcharakter, d.h. lernen von und mit den anderen Teilnehmern

Ihre Seminarunterlagen

1. Buch „Der strategische (Key) Account Plan“ im Wert von 24,90 €
2. CD-ROM mit Tools und Checklisten im Microsoft Office oder PDF Format! im Wert von 34,90 €
3. Seminarmappe mit vielen Tools, Checklisten und wichtigen Informationen



Ihr Trainer

Hartmut Sieck

- Langjährige Erfahrung als internationaler Key Account Manager
- Key Account Management und Vertriebsexperte
- 8-facher Buchautor
- Gründungsmitglied der *European Foundation for Key Account Management*.



So beurteilen ehemalige Teilnehmer das Seminar

- "Für ein professionelles Key Account Management unbedingt zu empfehlen! Man lernt nur dazu!" L. Bartsch, Interpneu
- „Ja, auf jeden Fall machen! Ein „MUSS“ für jeden KAM!“ „Gehe hin, das bringt richtig viel!“ O. Schlegel, Bosch Rexroth
- „Sehr professionelles Seminar mit vielen Beispielen aus der Praxis und den richtigen Werkzeugen um KAM erfolgreich zu starten bzw. zu verbessern.“ R. Niessen, Thretfort
- „Mach es, Du weißt nicht, was Du alles nicht weißt!“ R. Thier, Lapp
- „Herr Sieck bietet ein fundiertes und fachlich einwandfreies Paket zum Thema Key Account Management. Aktuelle Beispiele runde eine pragmatische und nutzbare Toolbox ab.“ A. Knoll, X-Rite

Seminargebühr

- 895,- € zzgl. gesetzlicher Mehrwertsteuer, einschließlich Seminarunterlagen, Getränke während des Seminars und in den Pausen sowie Mittagessen
- Ab der 2. Anmeldung aus einem Unternehmen gewähren wir Ihnen 5% Nachlass auf die Seminargebühren auf die 2. und weitere Anmeldung(en)!
- Bei der gleichzeitigen Buchung der Seminare Key Account Management I und II gewähren wir Ihnen einen Nachlass von 5% der Seminargebühr auf beide Seminare. Hinweis: Sie können die Termine für die beiden Seminare frei innerhalb eines Jahres kombinieren.



Key Account Management (KAM) im Überblick

- Was steckt wirklich hinter dieser Methode und wie kann KAM Sie unterstützen, sich am Markt zu differenzieren?
- Woher kommt KAM und warum es gerade heute für so viele Unternehmen von eminenter Bedeutung ist?
- Von opportunistischen Beziehungen bis hin zu strategischen Partnerschaften. Wie Sie von einem Lieferanten zu einem echten Partner für den Kunden werden können.
- Key Supplier Management, oder kennen Sie die Bedeutung Ihres Unternehmens für Ihren Kunden schon?

Der Key Account Manager

- Der Key Account Manager in seinen Rollen als Beziehungsmanager, Informationsmanager, Teammanager und Verkäufer. Erfahren Sie, wie Sie sich optimal auf diese Aufgaben einstellen.
- Key Account Manager als Einzelkämpfer oder doch als Teil eines Teams?
- Der Key Account Manager als Kundenversther und Value Generator.

Identifikation der Schlüsselkunden

- Wie Sie Ihre Schlüsselkunden von morgen identifizieren können - von ABC und Customer Lifetime Value zu Scoring Portfolios mit zukunftsorientierten qualitativen und quantitativen Kriterien.
- Bedeutung des Portfolio Managements für Key Account Manager.

Der Key Account Plan

- Aufbau, Inhalte und Kernfragen eines Key Account Plans im Überblick.
- Der Key Account Plan als Kommunikations- und Steuerungsinstrument für den Key Account Manager.

Kundenanalyse

- Informationsquellen im Überblick. Woher und wie Sie, welche Informationen über den Kunden bekommen.
- Der Geschäftsbericht Ihres Kunden, nur ein Dokument mit vielen Zahlen oder eine wichtige Informationsquelle, damit Sie Ihrem Kunden noch mehr Nutzen bieten können.
- SWOT – Stärken – Schwächen Betrachtung Ihre Kunden und welche Schlüsse Sie daraus ziehen können.

Wettbewerbsanalyse etwas anders

- Ihre heutige Position beim Kunden als Sprungbrett für zukünftige Erfolge.
- Wettbewerbsanalyse oder z.B. mal gefragt: „Kennen Sie den Namen des Key Account Managers Ihres Hauptwettbewerbers bei Ihrem Schlüsselkunden schon?“

Das Key Account Team

- Wie Sie noch erfolgreicher werden können, wenn Sie alle Mitarbeiter Ihres Unternehmens, die regelmäßig Kontakt zu Ihrem Schlüsselkunden haben, in Ihre Vertriebsstrategie einbinden.
- Wer alles im alles im KA Team vertreten sein sollte und wie Sie dieses Team „führen“ können und einen regelmäßigen Informationsfluss sicherstellen.

Ziele im Key Account Management

- Wie Sie sich Ihre qualitativen und quantitativen Ziele im Key Account Management bezogen auf Ihren Schlüsselkunden optimal stecken können, um diesen langfristig zu entwickeln.
- Die Tools MOST und SMART zur Unterstützung bei der Zielformulierung und Umsetzung der Ziele.

Beziehungsmanagement

- Buying Center Analyse – Wer auf der Kundenseite spielt welche Rolle im Entscheidungsprozess? Wer beeinflusst wen? Wie sind diese Personen Ihnen gegenüber eingestellt.
- Aktives Buying Center – Selling Center Management – wie Sie professionell Beziehungen zu den Schlüsselpersonen aufbauen.

Kundenentwicklung

- Wie Sie systematisch und kontinuierlich die Geschäftsbeziehung zu Ihrem Kunden weiterentwickeln können. Von Kundenzufriedenheitsbefragungen, Workshops bis hin zu gemeinsam Projekten. Entdecken Sie die optimalen Maßnahmen für Ihren Schlüsselkunden.
- Entdecken Sie den wahren Unterschied zwischen „Essen gehen“ und „Essen kochen“

Ziele Tag 1

1. Sie haben einen Überblick über die KAM Methodik erhalten.
2. Sie haben die Kriterien ermittelt, die für Sie relevant sind, um Ihre Schlüsselkunden zu identifizieren.
3. Sie haben Ihren Kunden systematisch analysiert.



Ziele Tag 2

1. Sie haben Maßnahmen identifiziert, um das Beziehungsnetzwerk zwischen Ihrem Schlüsselkunden und Ihnen noch weiter zu intensivieren.
2. Sie haben Ideen entwickelt, wie Sie Ihren Kunden langfristig entwickeln können.

Anmeldung – Key Account Management

Ich/Wir melde(n) mich/uns hiermit verbindlich an: (Terminwunsch bitte ankreuzen)

Modul 1: 15.-16.03.2011

17.-18.05.2011

27.-28.09.2011

Modul 2: 17.-18.03.2011

19.-20.05.2011

29.-30.09.2011

Teilnehmer

Firma

1
Name, Vorname

Position

E-Mail

2
Name, Vorname

Position

E-Mail

3
Name, Vorname

Position

E-Mail

Firma

Straße

PLZ und Ort

Anmeldung erfolgt durch

Name, Vorname

Telefon

Fax

Email

Datum und Unterschrift

Unsere Geschäftsbedingungen

Da die Teilnehmerzahl auf 12 begrenzt ist, werden die Anmeldungen nach Eingangsdatum berücksichtigt. Mit der Anmeldebestätigung erhalten Sie auch die Rechnung. Bitte begleichen Sie diese bis spätestens zwei Wochen vor dem Seminar. Wir empfehlen Ihnen die Übernachtung in dem Veranstaltungshotel. Buchen Sie das Hotel bitte selbst und begleichen Sie die anfallende Hotelrechnung direkt mit dem entsprechenden Hotel. Stornierungen bis 6 Wochen vor Veranstaltungsbeginn sind kostenfrei. Bei späteren Stornierungen kann von Ihnen ein Ersatzteilnehmer benannt werden. Wird kein Ersatzteilnehmer benannt, ist bei Rücktritt bis 14 Tage vor Veranstaltungsbeginn eine Stornierungsgebühr von 50% der Teilnahmegebühr fällig. Bei späteren Stornierungen, bei Nichterscheinen oder nur zeitweisem Erscheinen des Teilnehmers berechnen wir die volle Teilnahmegebühr. Der Veranstalter darf den Anmelder/Absender bis auf Widerruf als Referenz in seinen Medien nennen. Trainer, Inhalt und Ablauf des Seminars können unter Wahrung des Gesamtcharakters der Veranstaltung geändert werden. Absagen aus wichtigem Grund (insbesondere bei Erkrankung des Trainers und bei zu geringer Teilnehmerzahl) behält sich der Veranstalter gegen volle Rückerstattung bereits gezahlter Gebühren vor, wobei hierbei dem Teilnehmer/Auftraggeber keinerlei weitergehende Schadensersatzansprüche entstehen. Der Veranstalter, dessen Mitarbeiter und dessen Unterauftragnehmer haften gegenüber dem Teilnehmer/Auftraggeber nur für vorsätzliches und grob fahrlässiges Verhalten.



SIECK consulting

Anemonenweg 9

D-71672 Marbach

Tel: 07144 8985 27

Fax: 07144 8985 26

E-Mail: h.sieck@sieck-consulting.de

Internet: www.sieck-consulting.de