



Liebe Leserinnen und liebe Leser,

herzlich willkommen zur ersten Ausgabe der SIECK consulting news in 2011!

## Trends und Herausforderungen im (Key) Account Management

Zwischen den Feiertagen habe ich die Zeit genutzt, um die Key Account Management Projekte aus 2010 einmal Revue passieren zu lassen. Dabei sind mir einige Trends und Herausforderungen aufgefallen, denen wir – aus meiner persönlichen Sicht – 2011 / 2012 noch mehr Bedeutung beimessen sollten.

### Megatrend Demografischer Wandel

Schon seit Jahren reden wir vom demografischen Wandel und dem zu erwartenden Fachkräftemangel. Doch gerade im Key Account Management gibt es nur sehr wenige Unternehmen, die systematische Karriere und Schulungsprogramme für Key Account Manager aufgesetzt machen, um diese langfristig im Vertrieb und Key Account Management zu halten. Das Unternehmen Henkel ist hier für mich hier ein positives Beispiel. In vielen anderen Unternehmen wird zu häufig jemand zum Key Account Manager ernannt und dieser erhält dann noch schnell 2 Basisschulungen und vielleicht noch ein Verhandlungstraining. Aber was kommt dann? Welchen Perspektiven bieten wir diesen Schlüsselpersonen im eigenen

Unternehmen? Bonuszahlungen alleine sind auf Dauer keiner guter Motivator!

### Internationales / globales Key Account Management

In vielen Unternehmen gibt es ein klar international oder global aufgestelltes Key Account Management für große Konzerne, wie BASF, Siemens und andere. Doch sehr häufig werden (große) mittelständische Unternehmen, wie z.B. Trumpf immer noch von einer eher regionalen Vertriebsorganisation bedient. Trumpf liegt mit seiner Zentrale im Postleitzahlengebiet 7\* und damit ist schon mal klar, welcher Account Manager sich um diesen Kunden kümmert. Dabei gibt es kaum noch einen Kunden, der nicht irgendwo auf der Welt Niederlassungen oder Werke unterhält. Um diese Kunden zukünftig nicht zu verlieren, müssen wir – aus meiner persönlichen Sicht – endlich anfangen, auch diese Kunden mit einem internationalen Account Management Grenzen übergreifend zu bedienen.

Meine Vision: Zukünftig werden wir auf der einen Seite Kunden haben, die über Key Account Management Ansätze bedient werden müssen und auf der anderen Seite eher C-Kunden haben, die über den Innendienst oder eine E-Business Plattform bedient werden. Die klassischen B-Kunden werden weniger werden!

### Ungenutzte Chance Account Plan

Laut einer neuen Studie der SAMA (*Strategic Account Management Association*) verfügen mehr als 70% der Unternehmen über eine Key Account Plan Vorlage. ABER: Nur 1/5 der Unternehmen nutzt diesen Plan auch wirklich, um die Geschäftsbeziehung zu

diesen Kunden zu steuern. Jetzt kommt es: Dieses 1/5 ist laut SAMA Studie jedoch besser durch das Krisenjahr 2009 gekommen! Hier gibt es immer noch ein ungenutztes Potenzial, um strukturierter, zielgerichteter, pro-aktiver und effizienter das Geschäft mit den Key Account Kunden zu steuern.

### Ungenutzte Chance Account Team

Seit vielen Jahren reden wir gerne über Teamansätze im Verkauf. Doch Hand aufs Herz: Viele Key Account Manager sehen ihre Aufgabe immer noch zu stark im Verkaufen. In meinen Projekten sehe ich aber, dass bei gleichen Rahmenbedingungen, gerade die Key Account Manager etwas erfolgreicher sind, die es wirklich schaffen, alle Unternehmensbereiche hinter sich zu bringen. In der englischsprachigen Literatur wird hier gerne vom „*Internal Alignment*“ oder auch „*Impact / Leadership without Authority*“ gesprochen. Lisa Napolitano hat es, nach meiner Meinung, schon vor Jahren sehr gut auf den Punkt gebracht: Die Werkzeuge, die wir heute im Rahmen einer Buying Center Analyse in Richtung des Kunden anwenden, lassen sich auch genauso gut intern anwenden. Wie sieht es mit Ihnen aus: Haben Sie diese Werkzeuge schon einmal so eingesetzt? Haben Sie in der Vergangenheit wirklich versucht, die Themen intern zu verkaufen oder sind wir im Key Account Management doch eher schnell beim Wort „Eskalation“?

### Trend: Soziale Netze

Auch 2010 war es wieder spannend zu sehen, wie Account und Key Account Manager soziale Netze, wie Twitter, XING, Facebook, Foren, Blogs und Co. geschäftlich nutzen. Da gibt es die eine Gruppe, die diese Werkzeuge verflucht



und andere wieder, die diese gezielt einsetzt. Aus meiner Sicht nutzen wir die Chancen heute noch viel zu wenig, um durch diese Netze mehr über unsere Kunden zu erfahren.

Gerade Netzwerke, wie XING bieten uns hier die Chance mehr über die Ansprechpartner, die Menschen auf der Kundenseite, zu erfahren. Oder: Googlen Sie doch mal „Blog Kundename“ oder „Foren Kundename“. In vielen Fällen stoßen wir hier auf Foren, in denen sich die Kunden unseres Kunden über dessen Produkte und Dienstleistungen austauschen. Hier (ver-)stecken häufig jede Menge Anregungen für neue Geschäftsansätze mit dem Kunden. In Richtung der Führungskräfte hier noch ein Appell: In Zeitungen wird viel über Risiken von sozialen Netzen geschrieben und diskutiert. Doch, wann haben Sie als Führungskraft den Einsatz von sozialen Netzen im Team das letzte Mal thematisiert und diskutiert? Wird das Thema überhaupt systematisch angegangen oder eher jedem Mitarbeiter selbst überlassen?

Gerade in Zeiten, in denen Produkte und Dienstleistungen zunehmend austauschbar sind, gilt es alle Informationsquellen gezielt zu nutzen, um einen entscheidenden Informationsvorsprung und damit letztlich ein Differenzierungspotenzial zu erarbeiten.

## Buchtipp

Zwischen Weihnachten und dem neuen Jahr habe ich das Buch „**Neu Präsentieren**“ von Gerriet Danz gelesen und es hat mir so gut gefallen, dass ich es Ihnen heute als Buchtipp präsentieren möchte. Ja, es gibt schon so viele Bücher über dieses Thema, doch: Gerriet Danz kommt aus der Werbebranche und bringt dadurch andere interessante Sichtweisen auf dieses Thema. Die 254 Seiten sind kurzweilig verfasst und bieten eine Fülle von Tipps zum Thema Präsentieren.



Buch bei [AMAZON](#)

## Aktuelles

Nach 3 Monaten Pause ist im Dezember endlich das neue Buch „**Jahresabschlüsse und Geschäftsberichte verkaufsorientiert lesen**“ neu erschienen. Ich freue mich, dass der Bundesanzeiger Verlag das Werk neu herausgegeben hat, da gerade dieser Verlag sich im Schwerpunkt mit dem Thema Jahresabschlüsse und Bilanzierungen befasst. Im Buch enthalten ist jetzt auch eine CD-ROM mit einem Excel basierten Cockpit zur Analyse eines Geschäftsberichtes.



[Mehr zum Buch](#)

## Termine

24.02.2011

Vortrag „Den Kunden besser kennen“ auf den 31. Schweizer Marketing- und Unternehmertagen  
mehr unter: [www.smv.ch](http://www.smv.ch)

15.-16.03.2011

Seminar **Key Account Management I**  
Erstellen Sie im Seminar einen Key Account Plan (KAP) für Ihren Kunden

17.-18.03.2011

Seminar **Key Account Management II**  
Feilen Sie im Seminar an Ihren Verkaufs-, Präsentations- und Verhandlungskompetenzen.

Mehr Informationen zu den Seminaren finden Sie [hier](#)

## Impressum

SIECK consulting  
Hartmut Sieck  
Anemonenweg 9  
D-71672 Marbach  
Telefon: 07144 8985-27  
Telefax: 07144 8985-26  
E-Mail: [h.sieck@sieck-consulting.de](mailto:h.sieck@sieck-consulting.de)  
Internet: [www.sieck-consulting.de](http://www.sieck-consulting.de)

An- und Abmeldungen der SIECK consulting news: [hier](#)