

Key Account Management

Schlüsselkunden erfolgreich gewinnen, binden und entwickeln

International Business School



LERNEN ALS WEG

Inhalte und Lernziele

- **Geschäftsausweitung durch professionelles KAM**
Die wirksamsten Konzepte und Strategien
- **Key Account-Potenziale identifizieren und nutzen**
Kundenbeziehungsprofitabilität ermitteln und ausbauen
- **Beziehungen pflegen und Nutzen generieren**
Portfolio und Wertschöpfung in Einklang bringen
- **Effizienz und Effektivität mit Praxis-Tools**
inkl. Feedback und Coaching für Ihre direkte Umsetzung

Die Themen der Veranstaltung

- Erfolgsbausteine eines professionellen Key Account Managements
- Die zentralen Gestaltungsfelder zur systematischen Erschliessung der Potenziale
- Leitfragen und Checklisten zur Identifikation von Defiziten im Unternehmen
- Strategische Weichenstellung: Auswahl der Schlüsselkunden, Ermittlung ungenutzter Potenzial, Definition der strategische Wettbewerbsvorteile
- Organisation und systematische Steuerung: Die optimale Organisationsstruktur
- Anforderung an den Key Account Manager
- Anreizsysteme und Schnittstellen
- Leistungsmanagement: Mit Schlüsselgespräche zu Rahmenvereinbarungen, Vom Preis zur Partnerschaft,
- Der handlungsorientierte Kundenentwicklungsplan
- Aktive Beziehungspflege: Langfristige gemeinsame Wertschöpfung
- Best-Practice: Swisscom und Barilla Wasa

Arbeitsmethodik

Sie lernen die Schritte zum Aufbau eines systematischen Key Account Management interaktiv in einer Kombination aus Referaten und Workshops.

Ihr Nutzen:

- Sie steigern Ihre Umsätze und Erträge durch Professionalität und Systematik in Ihrem Key Account Management.
- Sie eignen sich die neuesten Instrumente, Methoden und Arbeitsweisen erfolgreicher Key Account Manager an.
- Sie erlernen das Rüstzeug, um mit Ihren Schlüsselkunden langfristig optimale gemeinsame Wertschöpfung zu erzielen.

Trainer / ZfU-Core-Faculty



Hansjörg Stephan (Seminarleiter)

Lehrauftrag für Key Account Management. Er ist selbstständiger Management-Trainer für Vertriebs-Management. Zuvor war er als Key Account Manager bei der Beiersdorf AG für die Marke NIVEA verantwortlich und war in verschiedenen Managementpositionen im Marketing und Vertrieb tätig. Seine berufsbegleitende Doktorarbeit befasst sich mit den Erfolgsfaktoren von KAM-Teams in B2B-Geschäftsbeziehungen.

Kontakt ZfU Inhouse

Ruth Boss, ruth.boss@zfu.ch, Tel. +41 722 85 54

Larissa Wobmann, larissa.wobmann@zfu.ch, Tel. +41 722 85 53

Investition Tages-Seminar

Honorar: 1*

Investition 2-Tages-Seminar

Honorar: 4*

Preise sind exklusiv

- Seminardokumentation (werden aufgrund der effektiven Anzahl Teilnehmer verrechnet)
- Seminar-Infrastruktur (Hotel und Technik)
- Reise- und Übernachtungskosten der Faculty
- Preise sind exkl. Mehrwertsteuer, Preis- und Umrechnungskurs-Änderungen vorbehalten

Optionen/Hinweis

Grössere Massschneiderungen des Konzeptes nach Ihren Wünschen sind möglich, können aber zusätzliche Vorbereitungskosten der Referenten verursachen.

Honorar-Kategorien in CHF

- bis 5000 CHF = 1*
- bis 7000 CHF = 2*
- bis 9000 CHF = 3*
- bis 11000 CHF = 4*
- ab 11000 CHF = 5*

