



Key Account Management

Strategisch – datenbasiert – wirkungsvoll

Key Account Management

Strategisch – datenbasiert – wirkungsvoll

Der Key Account Manager von heute ist zentraler Werttreiber im Unternehmen. Er agiert als Trusted Advisor, steuert komplexe Kundenorganisationen und nutzt Daten sowie KI, um fundierte Entscheidungen zu treffen und nachhaltiges Wachstum zu sichern.

Modernes Key Account Management verbindet persönliche Beziehungskompetenz mit datenbasierter Steuerung. In dynamischen Märkten reicht es nicht mehr, Erwartungen zu erfüllen. Entscheidend ist, diese vor auszudenken und gemeinsam mit dem Kunden weiterzuentwickeln.

Erfahren Sie, wie Sie Ihre Key Accounts systematisch ausbauen, Mehrwert klar argumentieren und sich als strategischer Partner nachhaltig positionieren.

Referenten



Andreas Kuhn

Experte für Verkaufstechnik und Key Account Management. Er ist Verkaufs- und Managementtrainer am Institut für Wirtschaftspädagogik (IWP). Durch den Vertrieb von erklärungsbedürftigen Produkten lernte er frühzeitig, was es heisst, eine optimale und kontinuierliche Beziehungspflege zu betreiben. Diese Kenntnisse vertiefte er als Global Key Account Manager und Bereichsleiter für Vertrieb & Marketing in verschiedenen international agierenden Konzernen bevor er seine Laufbahn als Trainer begann.

Reto Freitag

Er ist Chief Sales Officer und Mitglied des Executive Board bei der isolutions AG. Reto Freitag hat über 18 Jahre Praxiserfahrung im Key Account Management. Dank seiner langjährigen Betreuung von Key Accounts machte er früh die Erfahrung, dass ein ausgeprägtes Kundenverständnis, eine vertrauensvolle Kundenbeziehung sowie eine strategische Denkweise die Basis ist, um im Key Account Management als Trusted Advisor agieren zu können. Dabei lernte er Methoden wie etwa Strategisches Account- und Opportunity Management und er kennt die zunehmende Wichtigkeit des Buying Centers und dessen Rolle. Heute setzt er diese Kenntnisse als Chief Sales Officer mit seinem Team in der Praxis um.



Themenschwerpunkte

- Warum sich Key Account Management grundlegend verändert – und was heute den Unterschied macht
- Die Rolle des Key Account Managers als Trusted Advisor, strategischer Partner und Koordinator
- Der erste Eindruck entlang der gesamten Customer Journey – digital und persönlich
- Die 3 Analyse-Ebenen ergänzt durch datenbasierte Kundenanalysen und Potenzialbewertung
- Wertstromdesign: Kundennutzen erkennen, quantifizieren und gezielt weiterentwickeln
- Beratung, Einwandbehandlung und Steuerung komplexer Buying Center
- Offering und Verhandlung: Vom Angebot zur klaren Mehrwertargumentation
- Einsatz von CRM, Datenanalysen und KI zur gezielten Entwicklung von Key Accounts
- Komplexe Kundenorganisationen verstehen und intern wirksam vernetzen
- Value-Based Selling als Grundlage für nachhaltige Kundenbeziehungen
- Vom Trusted Advisor zum strategischen Wachstumspartner

Nutzen

- Sie entwickeln Ihre Key Accounts strukturiert und mit klarem Fokus auf Wachstum und Profitabilität.
- Sie verstehen komplexe Kundenorganisationen und steuern Buying Center sicher und zielgerichtet.
- Sie nutzen Daten, CRM-Systeme und KI effektiv zur Analyse und Entscheidungsunterstützung.
- Sie argumentieren konsequent über Mehrwert und stärken Ihre Position in Verhandlungen.
- Sie bauen belastbare, langfristige Partnerschaften auf und verankern sich nachhaltig beim Kunden.
- Sie vernetzen sich intern wirkungsvoll und steigern Ihre Durchsetzungskraft im Unternehmen.
- Sie leisten einen messbaren Beitrag zum Unternehmenserfolg.

Arbeitsmethodik

Sie lernen die Schritte zum Aufbau und zur Optimierung eines systematischen Key Account Managements interaktiv in einer Kombination aus Impulsreferaten und Workshops. Ein Best Practice Case sowie Diskussion und Erfahrungsaustausch stellen den direkten Lerntransfer sicher.

Zielgruppe

Geschäftsführer, Vertriebsführungskräfte, Key Account Manager und Marketingleiter, welche das vorhandene Umsatzpotenzial bei ihren Kunden voll abschöpfen möchten.

Link

➔ zfu.ch/go/key

Key Account Management

Preis

CHF 2980.00

Inbegriffen sind: Seminarunterlagen online, Mittagessen, Kaffeepausen und Testat. Die Übernachtung ist nicht inbegriffen.

Wichtig: Das Seminar findet in kleiner Runde statt. Die Teilnehmerzahl ist limitiert.

Termine und Orte

Dauer: 2 Tage

10.06.–11.06.2027

In Thalwil
Hotel Sedartis

30.11.–01.12.2027

In Thalwil
Hotel Sedartis

Tag 1: 9.00–17.30 Uhr

Tag 2: 8.30–17.30 Uhr

Attraktive Rabatte

Bei gleichzeitiger
Anmeldung gelten
folgende Rabatte:
Ab 2 Buchungen 10 %
Ab 4 Buchungen 15 %

Beratung und Kontakt

+41 44 722 85 85
info@zfu.ch

Firmeninterne Weiterbildung

Dieses Seminar ist auch
als Inhouse-Veranstaltung
buchbar. Wir begleiten Sie!



Melden Sie sich jetzt an!

zfu.ch/go/key