

Key Account Management

Das Trusted Advisor-Konzept

Warum Kunden nicht bei Verkäufern kaufen wollen

Glaubwürdigkeit, Zuverlässigkeit und Vertrautheit. Dies ist die Atmosphäre, welche der moderne Key Account Manager schafft.

Er praktiziert das Konzept des Trusted Advisors und erkennt durch sein gezieltes Beziehungsmanagement nicht nur den Bedarf, sondern die vollen Bedürfnisse seiner Kunden. Dementsprechend kann er auch das volle Potenzial seiner Schlüsselkunden ausschöpfen.

**Buchen Sie dieses Seminar
massgeschneidert und firmenintern!**

Ein modernes Key Account Management ist die Antwort auf die heutigen Herausforderungen im Umgang mit Schlüsselkunden. Diese wollen einen vertrauenswürdigen Partner und meiden deshalb Verkäufer.

Lernen Sie, wie Sie mit dem Trusted Advisor-Konzept die vollen Profit-Potenziale Ihrer Key Accounts erschliessen.

Weitere Informationen zur Veranstaltung



www.zfu.ch/go/key



Andreas Kuhn
Experte für
Verkaufstechnik
und Key Account
Management.
Andreas Kuhn

ist Verkaufs- und Management-trainer 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.



Fredy Portmann
Senior Vice
President Large
Enterprises,
Swisscom
(Schweiz) AG.

Fredy Portmann hat über 20 Jahre Berufserfahrung im Projekt- und Key Account Management. Er ist ein ausgewiesener Fachspezialist für Kundensegmentierung und Account Planning.

Tag 1: Tools des Trusted Advisor

Warum Kunden Partner wollen – und Verkäufer meiden

Was einen Kunden zum Key Account macht und wo bei Schlüsselkunden die Grenzen des klassischen Verkaufens liegen.

Rolle und Mindset des Trusted Advisors

Wie die eigene Persönlichkeit und Wahrnehmung beeinflusst werden kann und warum der Trusted Advisor mit vorurteilsfreier Neugier seinem Kunden begegnet.

Für den ersten Eindruck gibt es keine zweite Chance

Wie wirke ich auf andere und wie erkenne ich Motiv und Motivation meines Kunden, um eine Atmosphäre von Glaubwürdigkeit, Zuverlässigkeit und Vertrautheit zu schaffen?

Die 3 Analyse-Ebenen

Den richtigen und effektiven Umgang mit Analyse-Tools erlernen, um das Unternehmen Ihres Kunden und dessen Kunden zu verstehen, sowie die Hidden-Agenda Ihres Ansprechpartners zu erkennen.

Tag 2: Methoden des Trusted Advisor

Wertstromdesign – Den tatsächlichen Kundennutzen Ihrer Leistungen verstehen

Durch die Kunden-Wertstrom-Analyse aus der Vorteils-Argumentation in eine wirkungsvolle Diskussion wechseln und vom Lieferanten zum unersetzlichen Partner werden.

Beratung und Einwandbehandlung

Wie Einwände und Bedenken des Kunden in gemeinsame Chancen umgewandelt und positiv genutzt werden können.

Offering und Verhandlung: Das Angebot als finale Inszenierung verstehen

Die Vorbereitung des Teams mit der entsprechenden Rollenverteilung und wie Sie zu jedem Zeitpunkt das Heft in der Hand halten.

Best Practice Case:

Key Account Management bei Swisscom

Rolle, Herausforderungen und Werkzeuge des Key Account Managements zur gemeinsamen Wertschöpfung.

« Für alle, die die Potenziale in Ihrem Vertrieb nicht mehr länger schlummern lassen wollen. »

Hubert Andrejewski, Geschäfts- & Vertriebsleitung
Alutronic Kühlkörper GmbH & Co. KG

Jetzt anmelden

www.zfu.ch/go/key

Key Account Management

Preis: CHF 2880.–

**21.–22.10.2019 in Rüschlikon
am Zürichsee, Hotel Belvoir ******

**26.–27.03.2020 in Thalwil
am Zürichsee, Hotel Sedartis ******

**22.–23.09.2020 in Thalwil
am Zürichsee, Hotel Sedartis ******

Tag 1 9.00–17.30 Uhr

Tag 2 8.30–17.30 Uhr

Kontakt und Beratung

Customer Care Center

Tel. +41 44 722 85 00, anfragen@zfu.ch

Allgemeines

Im Preis inbegriffen sind: Seminarunterlagen, Verpflegung und Testat.

Ab dem 2. Teilnehmer derselben Firma
10% Rabatt.

ZfU-AGBs

www.zfu.ch/informationen/agb

**Top-Seminare:
Für Ihren beruflichen
und persönlichen
Vorsprung.**