

1743 Key Account Management-Lehrgang

Key Account Management wird immer mehr zu einem entscheidenden Instrument um nachhaltig Wettbewerbsvorteile aufzubauen. Ein immer größer werdender Umsatzanteil entfällt auf die marktstarken Großabnehmer und Kooperationspartner. Meist erzielt man mit 20 % der Kunden 80 % des Umsatzes. Deshalb gewinnt die professionelle Betreuung der Schlüsselkunden im Verdrängungswettbewerb immer stärker an Bedeutung.

In dem Lehrgang „Key Account Management-Lehrgang“ entwickeln Sie Ihre Fähigkeiten, systematisch und professionell strategisches Kundenmarketing zu betreiben und Erfolgspartnerschaften aufzubauen. Neben dem Aneignen der dafür notwendigen Kenntnisse und dem Kennenlernen der dafür geeigneten Werkzeuge liegt der Schwerpunkt in der praxisorientierten Umsetzung.

Die Kunden haben die Möglichkeit, alle Inhalte in der „geschützten Lehrgangsumgebung“ zu trainieren.

Die Zielgruppe:

- Key Account Manager
- Außendienstmitarbeiter
- Mitarbeiter aus Verkauf und Marketing

Die Inhalte:

Key Account Basics:

- Einordnung der Begriffe und Abgrenzungen zu anderen Konzepten
- Ziele des Key Account Managements
- Erforderliche Eigenschaften und Kompetenzen eines Key Account Managers
- Stellenbeschreibung und Anforderungsprofil eines Key Account Managers
- Arten von Key Accounts
- Gründe für die Einrichtung von Key Account Management

Target Account Management:

- Wie finden Sie heute die Key Accounts von morgen
- Der fokussierte Einsatz der Zeit- und Kraftreserven im Key Account Management

Werkzeuge und Vorgehensweisen des Key Account Managements

- Selling Center, Buying Center
- Kundenkontaktpläne mit besonderer Rücksicht auf hierarchische Gegebenheiten
- Kundenanalyse
- Entwicklung von kundenbezogenen Strategien
- Sales Strategien und Counter Taktiken
- Werteorientiertes Verkaufen
- Suche nach dem Nutzen für den Kunden

Verkaufspräsentationen in Kleingruppen:

- Analyse meines Gegenübers



Kursbuchung und weitere Details unter **1743** im WIFI-Kundenportal:

www.wifi.at/ooe

1743 Key Account Management-Lehrgang

- Nutzenanalyse
- Nutzenvisualisierung
- Zielformulierung für Präsentationen
- Gezielter Medieneinsatz
- Fragetechniken
- Stressmanagement

CaseStudy – Tun Sie es – anstatt nur darüber zu reden:

- Verkaufsworkshop in dem Sie entlang entsprechender Vorgaben alle Phasen des Verkaufsprozesses im Key Account Umfeld durchlaufen
- 2 Tage lang schlüpfen die Kunden in eine der vielfältigen Rollen auf Seite von Einkäufer- und Verkäufer-Teams im spannenden Wettbewerb um den Geschäftserfolg
- Briefinggespräch
- Definition der eigenen Positionierung
- Analyse der Käuferorganisation
- Erarbeitung der Kundennutzenszenarien
- Rebriefing
- Angebotspräsentation
- Preis-/Endverhandlung u.v.m.

Begleitet wird Ihr Agieren von Praxis-Tipps und laufendem, kompetentem Feedback des Trainers. Sie sammeln wertvolle Erfahrungen auf Ihrem Weg zum Key Account Manager.

Die Trainingsziele:

Klassischer Verkauf versus Key Account Management

Die Kunden sind nach Abschluss dieses Moduls in der Lage,

- die Begriffe und Abgrenzungen zu anderen Konzepten einzuordnen.
- Ziele des Key Account Managements zu definieren.
- erforderliche Eigenschaften und Kompetenzen eines Key Account Managers zu definieren.
- Stellenbeschreibung und Anforderungsprofil einer/eines Key Account Managerin/Managers wiederzugeben.
- Arten von Key Accounts aufzuzählen und zu unterscheiden.
- Gründe für die Einrichtung von Key Account Management zu nennen.

Target Account Management

- heute die Key Accounts von morgen zu finden.
- Zeit- und Kraftreserven im Key Account Management fokussiert einzusetzen.
- schon in einer frühen Akquisitionsphase festzustellen, ob der angesprochene Kunde das Potenzial hat, einmal ein "Key Account" zu werden - also einer der 20 % der Kunden, die einer Firma 80 % des Umsatzes bringen.

Werkzeuge und Vorgehensweisen des Key Account Managements

- die Idee von Selling Center und Buying Center zu beurteilen.



Kursbuchung und weitere Details unter **1743** im WIFI-Kundenportal:

www.wifi.at/ooe

1743 Key Account Management-Lehrgang

- Kundenkontaktpläne mit besonderer Rücksicht auf hierarchische Gegebenheiten zu machen.
- Kundenanalyse –kundenbezogenen Strategien zu entwickeln.
- Sales Strategien und Counter Tactics anzuwenden.
- wertorientiert zu verkaufen.
- nach dem Nutzen für die Kundin/den Kunden zu suchen.

Verkaufspräsentationen

- das Gegenüber zu analysieren.
- eine Nutzenanalyse anzufertigen.
- eine Nutzenvisualisierung einzusetzen.
- Ziele für Präsentationen zu formulieren.
- Medien gezielt einzusetzen.
- Fragetechniken anzuwenden.
- Stress zu managen.

CaseStudy

- ein Briefinggespräch zu führen.
- die eigene Positionierung zu definieren.
- die Käuferorganisation zu analysieren.
- Kundennutzenszenarien zu erarbeiten.
- ein Rebriefing durchzuführen.
- eine Angebotspräsentation durchzuführen.
- eine Preis-/Endverhandlung zu führen.

Die Prüfung:

- Am letzten Kurstag findet eine kommissionelle Abschlussprüfung statt. Die Kommission besteht aus dem Lehrgangsführer und aus mindestens einem weiteren Fachtrainer.
- Die Dauer der mündlichen umfasst pro Kandidat ca. 20 Minuten und es werden Ihnen Fachfragen zu den gelernten Kursinhalten gestellt.
- Direkt nach der mündlichen Prüfung erfahren Sie Ihr Ergebnis und bei positivem Bestehen erhalten Sie Ihr Zeugnis feierlich überreicht.
- Bei einer negativen Beurteilung ist eine Wiederholung der Prüfung einmalig im Rahmen vom nächsten Kurstermin kostenlos möglich.
- Die Prüfung selbst ist im Kurspreis inkludiert und eine gesonderte Anmeldung ist nicht erforderlich.
- Hilfsmittel, wie zum Beispiel Kursunterlagen, sind bei der Prüfung nicht erlaubt.
- Weitere Details zur Prüfung werden am ersten Kurstag mit dem Lehrgangsführer besprochen.

Ihr Qualifikationsnachweis:

Zeugnis

Besuchen Sie die kostenlose Informationsveranstaltung Marketing-Lehrgänge (Kursnummer 1709)!



Kursbuchung und weitere Details unter **1743** im WIFI-Kundenportal:
www.wifi.at/ooe