

Key-Account-Management

WIFI-Lehrgang



**INFORMIEREN
UND ANMELDEN
UNTER**



Key-Account- Management Lehrgang

Sie entwickeln in diesem Lehrgang Ihre Fähigkeiten, professionelles und strategisches Kundenmarketing zu betreiben und Erfolgspartnerschaften aufzubauen.

Ausgangssituation

Traditionelle Kundenbetreuung nach dem Gießkannenprinzip ist im Zeitalter der Globalisierung nicht mehr up to date: Konzentrations-, Fusions-, Zentralisierungs- und Internationalisierungsbewegungen sowie zum Teil dramatische Änderungen im Verbraucherverhalten haben zur Folge, dass ein immer größerer Umsatzteil auf die marktstarken GroßabnehmerInnen fällt.

Längst sorgen 20 Prozent der KundInnen für 80 Prozent des Umsatzes – und die Relation verschiebt sich in Richtung 10:90. Deshalb gewinnt die professionelle Betreuung der SchlüsselkundInnen (Key Accounts) immer stärker an Bedeutung. Hier ist der/die Key Account ManagerIn gefordert, als Vermittler/in zwischen Unternehmen und KundInnen vorhandene Marktpotenziale in beiderseitigem Interesse optimal auszuschöpfen.

Ziel

Lernen Sie jetzt, die Bedürfnisse Ihrer Schlüsselkunden richtig zu analysieren, individuelle Kundenstrategien im Einklang mit Ihren Unternehmenszielen planvoll umzusetzen und Marktpotenziale in beiderseitigem Interesse optimal auszuschöpfen.

Die richtige Antwort auf die heute entscheidende Frage, wie betreue ich große, wichtige Kunden – sogenannte Key-Accounts – optimal, ist die, in dem ich einen eigenen professionellen Großkundenbetreuer einsetze: den Key-Account-Manager!

Nutzen

Für Teilnehmer, die mit den Konzepten des Key-Account-Managements das erste Mal konfrontiert werden: neben der fundierten Theorieausbildung können sie sich in den Praxisübungen „ausprobieren“.

Für Teilnehmer, die mit den Konzepten des Key-Account-Managements vertraut sind oder schon im Key-Account-Management tätig sind: neben der Auffrischung der theoretischen Hintergründe, angeleitet durch den Trainer, können sie neue Kommunikationsvarianten erarbeiten, um noch authentischer ihren eigenen Stil zu entwickeln.

Zielgruppe

- Key-Account-Manager, die ihr Wissen auf eine solide Basis stellen möchten
- Außendienstmitarbeiter, Innendienstmitarbeiter
- Mitarbeiter, die im verkaufsorientierten Umfeld tätig sind
- Mitarbeiter aus dem Marketingbereich mit Kundenkontakt
- Verkaufsmitarbeiter, die ihre Kompetenzen optimieren wollen
- Kurz: Alle mit der Idee, mehr aus sich zu machen

Voraussetzungen

- Praxis im Verkauf und/oder Marketing
- Starke Verkaufsorientierung
- Die Bereitschaft, sich auf Neues einzulassen und wesentliche Schritte Richtung Top-Professionalität zu gehen



Inhalte

Klassischer Verkauf versus Key-Account-Management

- 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

- Finden Sie heute die Key-Accounts von morgen
- Der fokussierte Einsatz der Zeit- und Kraftreserven im Key-Account-Management bringt höhere Umsätze und größeren Erfolg
- Stellen Sie schon in einer frühen Akquisitionsphase fest, ob der angesprochene Kunde das Potenzial hat, einmal ein „Key-Account“ zu werden – also einer der 20 % der Kundinnen/Kunden, die einer Firma 80 % des Umsatzes bringen

Werkzeuge und Vorgehensweisen des Key-Account-Managements

- Die Idee von Selling Center und Buying Center
- Kundenkontaktpläne mit besonderer Rücksicht auf hierarchische Gegebenheiten
- Kundenanalyse – Entwicklung von kundenbezogenen Strategien
- Sales Strategien und Counter Tactics
- Werteorientiertes Verkaufen
- Suche nach dem Nutzen für die Kunden

Verkaufspräsentationen

- Analyse meines Gegenübers
- Nutzenanalyse
- Nutzenvisualisierung
- Zielformulierung für Präsentationen
- Gezielter Medieneinsatz
- Fragetechniken
- Stressmanagement

Case Study

2 Tage lang schlüpfen die Teilnehmer in eine der vielfältigen Rollen auf Seite von Einkäufer- und Verkäufer-Teams im spannenden Wettbewerb um den Geschäftserfolg

- Briefing-Gespräch
- Definition der eigenen Positionierung
- Analyse der Käuferorganisation
- Erarbeitung der Kundennutzenszenarien
- Re-Briefing
- Angebotspräsentation
- Preis-/Endverhandlung

Prüfung und Abschluss

Nach Durchführung des letzten Workshops schließt der Lehrgang mit einer mündlichen kommissionellen Abschlussprüfung ab. Es wird am Vormittag eine Fallstudie ausgearbeitet. Diese wird am Nachmittag präsentiert. Dazu kommen Wissensfragen. Die Bewertung für das Zeugnis erfolgt durch diese beiden Teile.

Alle Absolventen mit positivem Abschluss erhalten ein Zeugnis mit der Gesamtbeurteilung und den Prüfungsfächern mit Stundenumfang auf der Rückseite. Alle Teilnehmer, die mindestens 75 % der Kurszeit anwesend waren, erhalten eine Teilnahmebestätigung.

Organisatorische Details

Finden Sie unter: www.tirol.wifi.at/31730x

Es gelten die Allgemeinen Geschäftsbedingungen des WIFI Tirol, nachzulesen im WIFI- Kursbuch oder unter www.tirol.wifi.at/agb

Informationen zum Thema Förderungen finden Sie auf unserer Homepage unter www.tirol.wifi.at/foerderungen

Ihre Ansprechpartnerin

WIFI der Wirtschaftskammer Tirol
Egger-Lienz-Straße 116, 6020 Innsbruck

Karin Klocker MSc
t: 05 90 90 5-7260
e: karin.klocker@wktirol.at

Carmen Glanzl
t: 05 90 90 5-7261
e: carmen.glanzl@wktirol.at

*Das WIFI erfüllt seit 1995 die jeweils höchsten
Qualitätskriterien im Bildungsbereich.*

Stand: Juni 2023



*Um eine gute Lesbarkeit der WIFI-Informationen
zu gewährleisten, wird für Berufe, Zielgruppen und
Personen eine geschlechtsneutrale Form gewählt.*

