



# Lehrgang Key-Account-Management

## Strategische Kundenbetreuung

# Key-Account-Management Lehrgang

Unternehmen erzielen 80 Prozent ihres Umsatzes mit nur 20 Prozent der Kunden. In diesem Lehrgang lernen Sie, Schlüsselkundinnen und -kunden gezielt zu betreuen, individuelle Strategien zu entwickeln und Marktpotenziale optimal zu nutzen. Stärken Sie Ihre Fähigkeiten im strategischen Kundenmanagement und bauen Sie langfristige Erfolgspartnerschaften auf.

## 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 Großabnehmer:innen fällt.

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



## Ziel

Lernen Sie jetzt, die Bedürfnisse Ihrer Schlüsselkundinnen und -kunden 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 Teilnehmende, 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 Teilnehmende, 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 die Trainerin/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:innen, Innendienstmitarbeiter:innen
- Mitarbeitende, die im verkaufsorientierten Umfeld tätig sind
- Mitarbeitende aus dem Marketingbereich mit Kundenkontakt
- Verkaufsmitarbeiter:innen, 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

### 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

### 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 und Kunden, die einer Firma 80 % des Umsatzes bringen

### Verkaufspräsentationen

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

### Case Study

2 Tage lang schlüpfen die Teilnehmenden 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.

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

### Organisatorische Details



Alle Informationen zu Termine und Kosten finden Sie unter [www.tirol.wifi.at/31730x](http://www.tirol.wifi.at/31730x) oder einfach den QR-Code scannen!

Es gelten die Allgemeinen Geschäftsbedingungen des WIFI Tirol, nachzulesen im WIFI- Kursbuch oder unter [www.tirol.wifi.at/agb](http://www.tirol.wifi.at/agb)

Informationen zum Thema Förderungen finden Sie auf unserer Homepage unter [www.tirol.wifi.at/foerderungen](http://www.tirol.wifi.at/foerderungen)



## Für Sie da:

### **WIFI der Wirtschaftskammer Tirol**

Egger-Lienz-Straße 116, 6020 Innsbruck

### **Kursangebote, Anmeldung und Organisation**

Karin Klocker MSc

t: 05 90 90 5-7260

e: [karin.klocker@wktirol.at](mailto:karin.klocker@wktirol.at)

Carmen Glanzl

t: 05 90 90 5-7261

e: [carmen.glanzl@wktirol.at](mailto:carmen.glanzl@wktirol.at)

Martina Hörtnagl

t: +43 (0)590 905 7622

e: [martina.hoertnagl@wktirol.at](mailto:martina.hoertnagl@wktirol.at)

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

**Stand:** September 2024



Direkt zu den Kursen oder unter  
[tirol.wifi.at/verkauf](https://tirol.wifi.at/verkauf)