Lehrgang Key-Account-Management

Strategische Kundenbetreuung

WIFI. Wissen Ist Für Immer.

tirol.wifi.at/verkauf

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 Medien-einsatz • 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

Der Lehrgang schließt mit einer mündlichen kommissionellen Abschlussprüfung ab. Als Prüfungsleistung bearbeiten die Teilnehmenden eine Fallstudie, deren Ergebnis im Abschluss präsentiert wird. Zusätzlich werden Wissensfragen zum Lehrgangsinhalt gestellt.

Teilnehmende mit positivem Prüfungsergebnis erhalten ein anerkanntes WIFI-Zeugnis.

Teilnehmende, welche mindestens 75% der Kurszeit besucht haben, erhalten eine Teilnahmebestätigung.

Organisatorische Details

Alle Informationen zu Termine und Kosten finden Sie unter 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

Informationen zum Thema Förderungen finden Sie auf unserer Homepage unter 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

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

Martina Hörtnagl MSc
t: +43 (0)590 905 7622
e: martina.hoertnagl@wktirol.at

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

Stand: August 2026

Direkt zu den Kursen oder unter
tirol.wifi.at/**verkauf**