



Key Account-Manager

Lehrgang zur
Professionalisierung
der Schlüsselkunden-
manager in KMU

Zum Thema

Der gesamte Kundenstamm eines Unternehmens ist ein wichtiger Vermögenswert. Aber Achtung: Nicht alle Kunden sind gleich. Schon eine einfache ABC-Analyse (80/20 Regel) zeigt in den meisten Unternehmen die Konzentration des Umsatzes auf relativ wenige Kunden auf. In vielen Branchen ist sogar eine Konzentration auf eine Hand voll Kundenunternehmen zu beobachten.

Was sind beispielhafte Gründe dafür? Zum einen hat sich in vielen Jahren oder Jahrzehnten aufgrund beidseitiger Vorteile und positiver Erfahrungen eine intensive und nachhaltige Zusammenarbeit zwischen beteiligten Geschäftspartnern entwickelt. Zum anderen fokussieren viele Kundenunternehmen ihre Beschaffung und reduzieren dabei die Anzahl ihrer Lieferanten. Dieser Trend wird sich weiter fortsetzen – und auch durch die Digitalisierung wird die strategische Beschaffung stetig zunehmen. Zusätzlich vergrößern Konzerne, große Unternehmen und mittelständische Unternehmensgruppen durch Zusammenschlüsse und Firmenzukäufe ihren Nachfrageanteil in den Märkten und erhöhen damit ihre Nachfragemacht. Dies führt zu mehr Wettbewerb um attraktive Kunden und bedingt außerordentliche Gestaltungserfordernisse für Zulieferunternehmen, attraktive Kunden zu behalten, auszubauen oder zu gewinnen. Die Zusammenarbeitsintensität sowie die wirtschaftliche Abhängigkeit mit den wichtigsten Kunden steigt weiterhin überproportional – eine erfreuliche, aber auch herausfordernde Entwicklung!

Diese Schlüsselkunden (Key Accounts) stellen hohe Ansprüche an ihre Lieferanten. Sie erwarten beispielsweise eine einwandfreie Produktqualität bei 100%iger Termintreue und zu definierten Zielpreisen. Doch damit nicht genug: Intensive Beratung und Betreuung, schnellere und digitale Geschäftsabläufe sowie auch ein kontinuierlicher Beitrag des Zulieferers zur Wertschöpfung sind weitere elementare Anforderungen. Mit der Gestaltung einer 08/15-Kundenbeziehung ist das nicht zu machen.

Key Account-Management (KAM) ist die Antwort auf diese Marktdynamik! Es legt fest, welche besonderen Aktivitäten für die (bestehenden und neuen) Schlüsselkunden gelten, wer diese allein oder im Team betreut, welche Ressourcen wann, wie und wo einzusetzen sind und nicht zuletzt, wie das alles professionell organisatorisch geregelt ist. Ein umfassendes KAM-Konzept ist für Unternehmen mit den genannten Rahmenbedingungen daher zwingend erforderlich. Denn Unternehmen mit KAM sind nachweislich profitabler und wettbewerbsfähiger als jene mit konventioneller Marktbearbeitung.

Zudem gilt: Nicht jeder Verkaufs-/Vertriebsmitarbeiter ist als Key Account-Manager geeignet. Vielmehr braucht es dazu eine intensive Qualifizierung. Neben hervorragender Fach- und Methodenkompetenz sowie ausgeprägter Verkaufserfahrung benötigt ein KAM zusätzlich hohe soziale Kompetenz für das Beziehungsmanagement.

Dieses umfassende Wissensspektrum erwerben Sie sich in diesem Lehrgang.

Teilnehmer

Senior- und Junior-Key Account-Manager; Mitarbeiter, die diese Funktion übernehmen oder ihr bisheriges Praxiswissen professionalisieren und erweitern möchten. Führungskräfte im Vertrieb, die eine Key Account-Organisation aufbauen wollen.

Aus Unternehmen der produzierenden Industrie und industrienahen Dienstleistern. Angesprochen sind damit **auch Zulieferer** aus allen Branchen.

Spezielles Marketingwissen wird nicht vorausgesetzt.

Ziel

Die Teilnehmer

- verstehen den Sinn und Zweck des Key Account-Management-Ansatzes
- kennen ihre Rolle, ihre Aufgaben und ihre Verantwortung als Key Account-Manager
- wenden die Methoden und Instrumente des KAM an
- sind in der Lage, einen Kundenentwicklungsplan für ihre Schlüsselkunden zu erstellen
- können Teams zielorientiert moderieren und koordinieren
- praktizieren ein systematisches Beziehungsmanagement zu ihren Schlüsselkunden und zu eigenen Unternehmensfunktionen
- verbessern ihr bestehendes Key Account-Management-System

Das Kompetenzprofil des Key Account-Managers

Die Fachkompetenz <ul style="list-style-type: none">✓ Produktwissen✓ Anwendungswissen✓ Projektmanagement-Wissen✓ Betriebswirtschaftliches Wissen✓ Strategiekennntnisse	Die Marktkompetenz <ul style="list-style-type: none">✓ Branchenkenntnisse (Märkte)✓ Kundenwissen (bezogen auf den einzelnen Kunden)✓ Wissen über die Wertschöpfungsmöglichkeiten des und beim Kunden✓ Kenntnisse über Wettbewerber
Die soziale Kompetenz <ul style="list-style-type: none">✓ Selbst- und Fremdwahrnehmung✓ Einführungsvermögen✓ Kommunikationsfähigkeit✓ Menschenkenntnis✓ Kontaktfähigkeit✓ Teamfähigkeit	Die Methodenkompetenz <ul style="list-style-type: none">✓ Zielorientierung✓ Arbeitssystematik (Planung und Umsetzung von Aktivitäten)✓ Einsatz von Ressourcen (Arbeitsmitteln)✓ Verkaufssystematik

Programm

1. Modernes Key Account-Management (KAM)

Programmeinstieg

- Key Accounts und KAM: Was ist das überhaupt?
- Kriterien zur Bestimmung von Key Accounts (Schlüsselkunden)
- Abgrenzung von KAM
- Aufbau und Struktur eines konzeptionellen KAM
- Vorteile und Nutzen

2. Rolle und Selbstverständnis des Key Account-Managers

- Ziele, Aufgaben, Kompetenzen
- Beispielhafte Stellenbeschreibung
- „Manager“ ohne Weisungsbefugnis – ein Widerspruch?

3. Die Analyse des Schlüsselkunden und des eigenen Key Account-Verhaltens

Analysephase

- **Der Markt als Ausgangsbasis**
 - Markt- und Wettbewerbsanalyse als Teil des Kundenverständnisses
 - Die wichtigsten Key Account-Analysetools (z. B. SWOT- und Portfolioanalysen)
- **Der Schlüsselkunde als Ausrichtungsbasis**
 - Das Fünf-Kräfte-Modell von Porter
 - Die strategische Ausrichtung des Key Accounts
 - Verknüpfung Key Account/eigenes Unternehmen
- **Nutzenpotenzial für den Kunden erkennen**
 - ROI-Ansatz: Absatz erhöhen, Preise erhöhen, Kosten senken, wirtschaftlich investieren
 - Das qualitative Potenzial abschätzen
 - Funktioneller, wirtschaftlicher, psychologischer Nutzen
- **Die Analyse des Kaufverhaltens**
 - Der Beschaffungsprozess des Key Account
 - Entscheidungsträger und ihr Einfluss
 - Einkaufskostensenkungsprogramme und Beschaffungsoptimierung
- **Die eigene Positionierung beim Schlüsselkunden**
 - Bewertung der bisherigen Leistung: Zahlen – Daten – Fakten
 - Bewertung der Beziehung
 - „Fit“ der Unternehmensstrategie

- **Schlussfolgerungen aus der Key Account-Analyse**

- Chancen und Gefahren für das bestehende Geschäft
- Chancen und Gefahren für neue Aktivitäten

4. Das strategische Key Account-Management

Strategisches KAM

- **Die Entwicklung einer Key Account-Strategie**

- Strategische Ziele festlegen
- Strategische Optionen zur Erschließung und Durchdringung der Key Accounts

5. Das operative Key Account-Management

Operatives KAM

- **Den Kundenentwicklungsplan erstellen**

- Operative Umsatz- und Ertragsziele
- Produktmix und Projekte
- Ressourcen, Supportsystem, Budget
- Umsetzungsschritte
- Schlüssigkeit prüfen

- **Das Beziehungsmanagement gestalten**

- Informationssystem
- Regelmäßiger interner Austausch
- Statusanalysen (Gewinne, Verluste, Pipeline-Analysen)
- Kontakthäufigkeit und Revisionsgespräche planen
- Leistungsüberwachung/Abweichungsanalysen

6. Kommunikations- und Verhandlungstraining

Soziale Kompetenz / Beziehungsmanagement im KAM

- Das Kommunikationsmodell von Schulz von Thun
- Grundsätzliches zur Verhandlungsführung
- Verhandlungsstrategie, Gesprächsaufbau und -steuerung
- Die wichtigsten Gesprächstechniken
- Die innere Einstellung beim Verhandeln
- Persönliche Stärken und Schwächen erkennen

Lernkonzept

Praxis- & mittelstandsorientiert

Das Motto lautet: Aus der Praxis für die Praxis des Mittelstands.

Die Inhalte des Lehrgangs werden sowohl entlang des Programmes behandelt als auch durch Lernaufgaben vermittelt. Durch die Lernaufgaben erkennen die Teilnehmer, wie komplex die praktischen Anforderungen sind. Dabei lernen sie, die Methoden und Instrumente des Key Account-Managements einzusetzen.

Die Teilnehmer verbessern nicht nur ihre Fachkompetenz. Sie erweitern auch ihr methodisches Repertoire und ihre soziale Kompetenz. Dafür sorgen viele Gruppenarbeiten und Präsentationen.

Zwischen den Präsenzphasen bearbeiten die Teilnehmer ihre Hausaufgaben. Die Lernsystematik gewährleistet den Praxistransfer.

Lehrgangsunterlagen

Bewährt & praxiserprobt

Die Teilnehmer erhalten Unterlagen mit allen im Lehrgang präsentierten Informationen. Zahlreiche praxiserprobte Checklisten ergänzen die Handouts. Alle Arbeitsergebnisse des Lehrgangs gibt es als digitales Fotoprotokoll.

Während der Lehrgangsdauer bietet eine Online-Begleitung die Chance, Fragen zu klären und Erfahrungen auszutauschen.

Organisatorisches

Lehrgangleiter

Dipl.-Kfm. (t. o.) Wolfgang L. Werner

Termine und Veranstaltungsort

Siehe **Terminblatt** (im Anhang bzw. als Download)

Abschluss

Die Teilnehmer erhalten eine detaillierte Teilnahmebestätigung

Kosten

Teilnahmegebühr einschließlich Arbeitsunterlagen,
Tagungsgetränken und Mittagessen → siehe **Terminblatt**

Anmeldungen

Sie möchten an diesem Lehrgang teilnehmen? Dann melden Sie sich bitte so früh wie möglich an, da die Teilnehmerzahl begrenzt ist – schicken oder faxen Sie uns einfach das Anmeldeblatt.

Ihre Teilnehmerbestätigung bekommen Sie, sobald wir genügend Anmeldungen haben; die Teilnahmegebühr zahlen Sie bitte nach Erhalt der Rechnung.

Sie müssen Ihre Teilnahme absagen und können uns auch keinen Ersatzteilnehmer nennen? Wenn Sie uns bis spätestens 30 Kalendertage vor Kursbeginn informieren, berechnen wir eine Bearbeitungsgebühr von 100 €. Bei einer späteren Absage wird die volle Kursgebühr fällig. Entscheidend ist der Zugangszeitpunkt bei uns.

Nicht genügend Teilnehmer? Wir benachrichtigen Sie so früh wie möglich – spätestens 25 Kalendertage vor Lehrgangsbeginn.

Die Veranstaltung muss aus anderen Gründen ausfallen? Auch dann informieren wir Sie möglichst bald. Selbstverständlich brauchen Sie in beiden Fällen nichts zu bezahlen. Eventuelle Kosten, die Ihnen durch den Ausfall entstehen, können wir jedoch nicht ersetzen – es sei denn, unsere Mitarbeiter oder Referenten hätten grob fahrlässig gehandelt.



RKW Baden-Württemberg
Postfach 10 40 62
70035 Stuttgart
Königstraße 49
70173 Stuttgart

Telefon (07 11) 2 29 98-0
Telefax (07 11) 2 29 98-10
E-Mail info@rkw-bw.de
Internet www.rkw-bw.de

Lehrgang Key-Account-Management 2019

Professionalisierung von SchlüsselkundenmanagerInnen

20.03.2019 - 12.07.2019

Termine	05-0210
---------	---------

Baustein 1	20.03.2019 - 22.03.2019
Baustein 2	08.05.2019 - 10.05.2019
Baustein 3	10.07.2019 - 12.07.2019

jeweils 09:00 bis 17:00 Uhr

Lehrgangsleitung	Referent(en)
------------------	--------------

Wolfgang Werner	Herr Christian Raúl Herlan
-----------------	----------------------------

Veranstalter	Veranstaltungsort
--------------	-------------------

RKW Baden-Württemberg Nicole Jung Königstraße 49 70173 Stuttgart Tel. 0711 22998-23 Fax 0711 22998-10 jung@rkw-bw.de	Best Western PLUS Hotel am Schlossberg Europastraße 13 72622 Nürtingen Tel. 07022-704-0 Fax 07022-704-346
--	--

Gebühren/Mitglieder

4.400,00 € / 3.900,00 € + gesetzl. MwSt.

Sollten Sie die Voraussetzungen für die Förderfähigkeit im Programm Fachkurse erfüllen (vgl. www.esf-bw.de), so reduziert sich Ihre Teilnahmegebühr um 30% (ab vollendetem 50. Lebensjahr um 50%). Die Förderung gilt für Betriebe und Teilnehmende mit Firmen- bzw. Wohnsitz in Baden-Württemberg.

Anmeldung – Key-Account-Management – 05-0210 – Internet

Wollen Sie weitere Teilnehmer anmelden? Dann kopieren Sie bitte diesen Vordruck.

Teilnehmer(in) Vor- und Zuname	Anmelder (wenn abweichend) Vor- und Zuname
Funktion	Funktion
Tel.- Durchwahl	Tel.- Durchwahl
Fax	Fax
E-Mail	E-Mail
Firma – Anschrift	Rechnungsadresse (wenn abweichend)
Datum/Unterschrift	Beschäftigte