

## Der Key Account Manager

Key Account Manager (KAM) stellen eine Besonderheit innerhalb eines Unternehmens dar. Sie halten den Kontakt zu den wesentlichen Kunden eines Unternehmens und treiben die gemeinsamen Aktivitäten voran. Die Auswahl der Kunden bestimmt sich über den Kundenwert oder die Bedeutung des Kunden im Markt. KAM unterscheiden sich deutlich von Produkt- oder Marketingmanagern. Produktmanager sind verantwortlich für alle Belange eines bestimmten Produktes, Marketingmanager für einen bestimmten Markt.

Key Account Manager sind vor allem strategisch ausgerichtet. Sie bilden die Schnittstelle dieser Kunden zum Unternehmen und sorgen für eine klare Zuständigkeit sowie einen koordinierten Kundenkontakt.

### **Folgende Bereiche werden im Seminar vermittelt:**

- Druck auf das traditionelle Vertriebssystem
- KAM und Customer-Relationship-Management
- Verankerung des KAM im Unternehmen
- Rolle und Verantwortlichkeiten des Key Account Managers
- Merkmale und Auswahl von Key Accounts
- Analyse der Key Accounts
- Ermittlung des Customer Lifetime Value
- Wettbewerbssituation des Zulieferers beim Key Account
- Chancen-Risiken/Stärken-Schwächen-Profil des Zulieferers

- Key Account Strategy und Key Account Plan
- Schnittstellen zum Key Account
- Entwicklungsmodell für eine Partnerschaft
- Aufbau eines Global Account Management Programms
- Anforderungen an den Global Account Manager

**Teilnehmer:** Mitarbeiter im Vertrieb, die mit der Betreuung von Schlüsselkunden betraut sind oder betraut werden sollen

**Dozent/Trainer:** Helmut König arbeitet langjährig in Marketing und Vertrieb und hat selbst aktiv Schlüsselkunden betreut

**Termin/Dauer:** 2 Seminartage