

Top-Performance im Key-Account-Management

**Ein zertifizierter Intensivkurs für die
zielgerichtete Bearbeitung Ihrer
werthaltigsten Kunden**



Vorwort

Key-Accounts erwarten und versprechen einen substanziellen Wertbeitrag. Wie Sie diese Schlüsselkunden bearbeiten, dass dieser Wert realisiert wird und eine dauerhafte Beziehung entsteht, lernen Sie in diesem Lehrgang. Dabei wird sowohl der aktuelle Stand der Forschung vermittelt als auch praxiserprobtes Wissen und Know-how. Aktuelle Fallbeispiele sowie die Bearbeitung Ihrer eigenen Situation runden das Spektrum ab.

Das Programm besteht aus sechs Modulen. Sie behandeln Grundlagen, Methoden, analytisches, strategisches und operatives Key-Account-Management (KAM), sowie Führung und Organisation. Im letzten Modul wird ein Zertifikat der efkam®, der European Foundation for Key Account Management erworben.

Der Intensivkurs ist für Personen konzipiert, die bereits für Schlüsselkunden verantwortlich sind und ihre Vorgehensweise auf den neuesten Stand bringen wollen und solche, die sich auf diese Verantwortung vorbereiten. Durch die Breite und Tiefe der Themen wird gleichzeitig weiteres berufliches Entwicklungspotenzial geschaffen.

Die folgenden Seiten informieren Sie detailliert über Inhalte, Nutzen, Aufbau, Ansatz, Methoden und Referenten. Darüber hinaus beraten wir Sie gern zu Ihren Fragen rund um das Seminar und andere Vertriebsthemen.

Pro Sales Academy GmbH
Stefan Reintgen
Geschäftsführer

Ihr Nutzen

- Sie erarbeiten sich umfassende Kompetenzen, um Ihre wichtigsten Kunden nachhaltig erfolgreich zu bearbeiten.
- Der Lehrgang bietet Ihnen theoretische Grundlagen sowie praktische Instrumente und Beispiele, die sie sofort auf Ihr Umfeld übertragen können.
- Ihr persönlicher Mentor berät Sie bei der Umsetzung.
- Sie werden Ihre Key-Accounts von deren Märkten, Wettbewerbern und Strategien her besser verstehen, so dass Sie präzise zugeschnittene Angebote mit echtem Mehrwert entwickeln können.
- Ihr vertieftes Verständnis für die Entscheidungsprozesse und die handelnden Personen Ihrer Schlüsselkunden wird die Umsetzung Ihrer Pläne erleichtern und beim Aufbau einer beiderseits Gewinn bringenden Partnerschaft helfen.
- Sie werden die Anforderungen des KAM an die Personalressourcen im eigenen Unternehmen ableiten und Konzepte für Organisation, Kompetenz-Management und Rolle des Key-Account-Managers kennenlernen.
- Sie erhalten eine umfassende Dokumentation und Werkzeuge, die Ihnen Planung, Steuerung und Controlling Ihrer Key-Account-Entwicklung erleichtern.
- Die Zertifizierung des Lehrgangs und Ihrer Teilnahme durch die efkam® (European Foundation for Key Account Management e.V.) bestätigt Ihren Leistungsstand und ist Baustein Ihrer weiteren beruflichen Laufbahn.




Eingangsinterview

- **Modul 1:** Orientierung
 - Ihre Ausgangslage als Key-Account-Verantwortlicher
- **Modul 2:** Analytisches KAM
 - Erfolgsvoraussetzung: Den Key-Account kennen und verstehen
- **Modul 3:** Strategisches und operatives KAM
 - Planung, Steuerung, Mehrwertpakete, Maßnahmen
- **Modul 4:** Führung im KAM
 - Gemeinsam zum Ziel
- **Modul 5:** Umsetzung mit Schlüsselkunden
 - Überzeugen und Ziele erreichen
- **Modul 6:** Zertifizierung
 - Feintuning und Abschluss

Top-Performance bei Ihren werthaltigsten Kunden

Das Programm beginnt im September 2012 und endet im Juni 2013. Zwischen den Modulen liegen jeweils etwa zwei Monate Zeit, um die Ergebnisse in die Praxis zu übertragen. Parallel dazu wird eine individuelle Projektarbeit erstellt, die auf einem eigenen Fallbeispiel aufbaut.

Ihr persönlicher Mentor steht Ihnen während der gesamten Programmdauer zum Austausch und zur Unterstützung bei der Umsetzung auf Ihre Situation zur Verfügung.



Ansatz von Pro Sales Academy


Effektivität und Effizienz des Kurses fördern den Lernerfolg. Dafür halten wir die Inhalte auf dem neuesten Stand, machen Sie mit aktuellen Best-Practices bekannt. Die Referenten sind führende Experten in ihren Seminarthemen. Der Austausch unter den Teilnehmern aus verschiedenen Branchen erweitert das Spektrum und vermittelt zusätzliche Impulse. Ergänzend zu der Arbeit in den Modulen sind die Teilnehmer zu eigenverantwortlicher Vor- und Nachbereitung aufgerufen, Material wird zur Verfügung gestellt.

Vielfältige Methoden wie Lehrvorträge, Fallstudien, Gruppen- und Einzelarbeiten, ergänzende Workshops mit Praktikern zu Themen und Tools, moderierte Diskussionen, begleitete Projektarbeit und Abschlusspräsentationen vermitteln, vertiefen und verankern die Inhalte.

Teilnehmerkreis

Der Lehrgang wendet sich an Personen mit Verantwortung für Key-Accounts, die in deren Bearbeitung noch weitere Potenziale erschließen wollen und dafür eine wirkungsvolle Systematik, Methoden und Instrumente suchen. Ebenso richtet es sich an diejenigen, die zukünftig erstmals oder intensiver für Schlüsselkunden zuständig sein werden. Angesprochen werden Interessenten aus Industrie-, Dienstleistungs- und Handelsunternehmen.

Vor Beginn des Programms führen wir mit Ihnen als Interessenten ein Eingangsinterview. Darin wird Ihre Ausgangslage und Zielvorstellung geklärt. Das gibt Ihnen und uns die Sicherheit, dass Teilnehmer und Programm zusammen passen, Sie sich wohlfühlen und einbringen können und Ihre Investition Früchte trägt. Die Teilnehmerzahl ist auf zwölf begrenzt.



Programminhalte



Modul 1: Orientierung

Ihre Ausgangslage als Key-Account-Verantwortlicher

Sie stellen den Bezug zwischen Umfeld, Unternehmensstrategie und KAM her. Sie machen sich mit KAM-Modellen vertraut, z.B. dem St. Galler KAM-Modell. Sie erarbeiten, wie Sie durch Kundenorientierung Nutzen für den Kunden erzeugen und für das eigene Unternehmen den Kundenwert mehrten. Ein weiterer Schwerpunkt liegt bei Funktion und Rüstzeug des Key-Account-Managers.

Inhalte:

- Umfeldfaktoren, die KAM begünstigen bzw. verlangen
- Konzeption, Grundsätze und Nutzen von KAM
- Gewinn durch professionelles KAM.
- Von der Kundenorientierung zum Kundenwert
- Kunden-Management
- Bewertung und Auswahl von Key Accounts
- KAM-Einbettung im Unternehmen
- Von der Unternehmensvision zur KAM-Strategie
- Aufgaben und Erfolgsfaktoren des Key-Account-Managers
- Rolle und Kompetenzen des Key-Account-Managers
- Positionsbestimmung mit INSIGHTS MDI®

Dauer : zwei Tage

Referenten:

Stefan Reintgen
Hartmut H. Biesel

Programminhalte

Modul 2: Analytisches KAM

Erfolgsvoraussetzung: Den Key-Account kennen und verstehen

Erst die genaue Positionsbestimmung erlaubt Ihnen die wirkungsvolle Bearbeitung Ihrer Schlüsselkunden. Dazu setzen Sie am Markt des Kunden an, um seine Situation und Vorgehensweise zu verstehen. Desweiteren erarbeiten Sie anhand der Erwartungen des Kunden Leistungsprofile seiner Lieferanten, die Ansatzpunkte für die Stärkung Ihrer Anbieterposition liefern. Die Betrachtung des eigenen Geschäftes mit dem Key-Account rundet die Standortklärung ab.

Inhalte:

- Markt des Schlüsselkunden, Wettbewerber, Position
- Ziele und Strategien des Schlüsselkunden
- Ermittlung der Kundenanforderungen
- Eigene Performance im Vergleich zum Wettbewerb
- Ausgewählte Erhebungsmethoden für Kundenzufriedenheit
- Ableitung strategischer Ansatzpunkte
- Zusammensetzung des Buying-Centers
- Identifikation von Rollen, Motiven, Einfluss
- Instrumente und Verfahren zur Ermittlung von Ansatzpunkten im derzeitigen Geschäft mit dem Key-Account

Dauer: drei Tage

Referent:
Stefan Reintgen



Programminhalte

Modul 3: Strategisches und operatives KAM Planung, Steuerung, Mehrwertpakete, Maßnahmen

Ausgehend vom analytischen KAM werden Sie nun Ziele und Strategien festlegen. Sie erarbeiten die für Ihre Situation passende Vorgehensweise, damit Ihr Angebot individuell auf den Schlüsselkunden abgestimmt ist und Sie Ihre Position als Anbieter ausbauen.

Inhalte:

- Visionen und Ziele im KAM
- Abgleich von KAM- und Unternehmensstrategie
- Strategieoptionen
- Strategischer Key-Account-Entwicklungsplan: Formulierung gezielter „Value Propositions“
- Das kundenspezifische Mehrwertpaket: der richtige Mix aus Standardisierung und Individualisierung
- Elemente Ihres Angebots
- Nachhaltigkeit auf der Angebotsseite: Innovation und Entwicklung
- Bestimmung des optimalen Preises, Preisstrategien
- Gegenleistung: was Ihr Schlüsselkunde einbringt
- Souveränität im Preisgespräch
- Operative Umsetzungsplanung
- Ableitung des Ressourcenbedarfs
- Budgetierung

Dauer: drei Tage

Referenten:

Prof. Dr. Harald Vergossen
Dr. Gerd Wilger



Programminhalte

Modul 4: Führung im KAM

Gemeinsam zum Ziel

Key-Account-Bearbeitung verlangt Führungskompetenz. Das Key-Account-Team rekrutiert sich über organisatorische Grenzen hinweg. Führung wird so zu einer besonderen Herausforderung. Diese zu meistern ist Gegenstand dieses Moduls. Sie stärken Ihre Kompetenz in der Führung der individuellen Account-Team-Mitglieder sowie des Teams als Teil der Organisation.

Inhalte:

- Professionelle Führung: Aufgaben, Instrumente, Grundsätze und Verantwortung
- Führung eines interdisziplinären Teams aus verschiedenen organisatorische Einheiten
- Teamentwicklung
- Organisatorische Herausforderungen des KAM:
 - Kompetenz-Management im Account-Team
 - Entlohnungssysteme
 - Ressourcen-Zugriff
- Der Key-Account-Manager als „Change Agent“: KAM als Motor im Multi-Channel-Vertrieb
- Key-Account relevante Ziele vereinbaren und erreichen
- Wirkungsgrad erhöhen durch Motivation
- Situatives Führen im KAM
- Führungspersönlichkeit stärken
- Der Key-Account-Manager als Coach

Dauer : drei Tage

Referentin:

Dr. Kerstin Bruns

Programminhalte



Modul 5: Umsetzung mit dem Schlüsselkunden Überzeugen und Ziele erreichen

Die professionelle Kommunikation mit Ihren Ansprechpartnern ist das Bindeglied zwischen den Anforderungen des Schlüsselkunden und Ihren Zielen, Strategien und Leistungen. Sie erarbeiten sich die Fähigkeit, sich auf Gespräche mit unterschiedlichen Persönlichkeiten vorzubereiten, einzustellen und diese erfolgreich zu führen. Dabei werden Sie alle Hierarchieebenen abdecken. Sie verbessern Ihre Überzeugungskraft.

Zielerreichung verlangt Controlling. Für diese Kunden sind die richtigen Informationen und Instrumente gefragt. Sie erhalten einen Überblick über adäquate Tools und Kennzahlen, um ein für Ihre Situation und Ziele passendes Controlling konzipieren zu können.

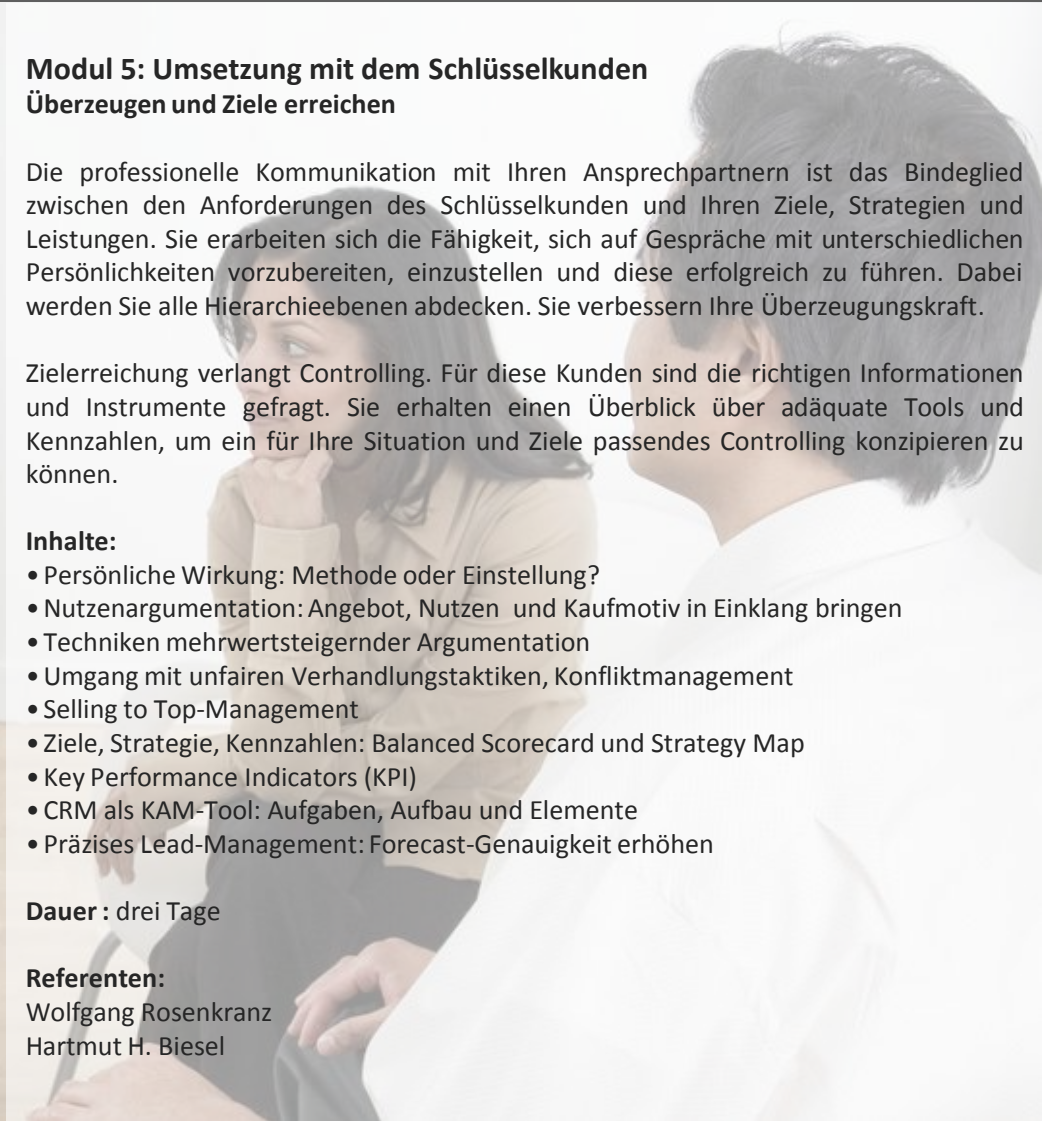
Inhalte:

- Persönliche Wirkung: Methode oder Einstellung?
- Nutzenargumentation: Angebot, Nutzen und Kaufmotiv in Einklang bringen
- Techniken mehrwertsteigernder Argumentation
- Umgang mit unfairen Verhandlungstaktiken, Konfliktmanagement
- Selling to Top-Management
- Ziele, Strategie, Kennzahlen: Balanced Scorecard und Strategy Map
- Key Performance Indicators (KPI)
- CRM als KAM-Tool: Aufgaben, Aufbau und Elemente
- Präzises Lead-Management: Forecast-Genauigkeit erhöhen

Dauer: drei Tage

Referenten:

Wolfgang Rosenkranz
Hartmut H. Biesel



Programminhalte



Modul 6: Zertifizierung **Feintuning und Abschluss**

Im Verlauf des Intensivkurses haben Sie eine Projektarbeit erstellt, die einen Schlüsselkunden zum Gegenstand hat. In diesem Modul präsentieren Sie Ihr Ergebnis und erfahren durch die Diskussion im Plenum, welche Fragen und Anregungen entstanden sind. Sie simulieren damit die Vorstellung Ihrer geplanten Vorgehensweise vor den Top-Entscheidern Ihres Unternehmens. Projektarbeit und Präsentation sind Voraussetzungen für die efkam[®]-Zertifizierung.

Außerdem bietet sich die Gelegenheit, am EFKAM quickCHECK teilzunehmen. Damit erkennen Sie erste Ansatzpunkte zur Verbesserung des KAMs in Ihrem Unternehmen. Der Lehrgang endet mit einer gemeinsamen Abschlussfeier.

Inhalte :

- Präsentationen der Key-Account-Entwicklungsstrategien
- Diskussion im Plenum
- Bewertung durch den Zertifizierungsausschuss
- Individuelles Feedback durch die Trainer
- KAM-Health-Check

Dauer : zwei Tage

Referenten:

Hartmut H. Biesel
Stefan Reintgen

Referenten

Hartmut H. Biesel

Studium der BWL; Vertriebs- und Marketinglaufbahn und Geschäftsführung in Industrie und Handel. Seit 1997 Berater, Trainer und Coach, Gesellschafter und Geschäftsführer der Apricot Unternehmensberatung GmbH. Autor zahlreicher Bücher. Schwerpunkte: Neuausrichtung von Vertriebsorganisationen, Gestaltung und Umsetzung von Marketing- und Vertriebsstrategien, Qualifizierungsmaßnahmen.



Wolfgang Rosenkranz

Therapeutische Ausbildung; Leitung der BKH Institute; Marketing in der Industrie; Ausbildung zum Systemischen Prozessberater und NLP-Master; Wirtschaftsmediator; Senior Consultant, Vorstand TEAM CONNEX AG. Schwerpunkte: Implementierung von Führungsinstrumenten, Coaching von Top-Management, Mediation, Ziel- und Zeitmanagement, Keynote Speaker.

Dr. Kerstin Bruns

Studium der BWL, Promotion. Strategische Projekte zur Unternehmens-Weiterentwicklung, Aufbau einer Start-up-Firma als Leiterin für Marketing und Finanzen. Seit 2002 systemische Beraterin, Coach und Seminarleiterin. Dozentin an der FOM (Hochschule für Ökonomie & Management). Schwerpunkte: Führungskompetenzen, Konfliktmanagement, Veränderungsmanagement, Kommunikation und Präsentation.



Prof. Dr. Harald Vergossen

Studium der BWL in Köln, Promotion an der Universität St. Gallen. Kaufmännischer Leiter in mittelständischen Großhandelsunternehmen, Senior-Berater und Projekt-Manager bei international tätiger Unternehmensberatung, Schwerpunkt Marketing und Vertrieb. Verschiedene leitende Funktionen in der Konsumgüterindustrie, Professor für Allgemeine BWL und Marketing an der Hochschule Niederrhein. Schwerpunkte: Verkaufsmanagement, Marketing-Kommunikation, Preis- und Konditionenmanagement.

Stefan Reintgen

Diplom-Kaufmann, Marketing- und Vertriebslaufbahn, Management-Verantwortung in der Industrie (DAX-Unternehmen), internationale Ausrichtung. Seit 2007 Trainer, Berater und Coach, Gründer und Geschäftsführer der Pro Sales Academy GmbH. Autor und Dozent Fernlehrgang Key-Account-Management. Schwerpunkte: Vertriebstraining, insbesondere Key-Account-Management, Verhandlungsführung, Zeit- und Projektmanagement.



Dr. Gerd Wilger

Studium Wirtschaftsingenieurwesen an der Universität Karlsruhe, Promotion an der Universität Köln. Unternehmensberater bei Simon-Kucher & Partners, dann bei der Deutsche Bahn AG, Preis- und Erlösmanagement. Seit 2003 Vorstand der exeo Strategic Consulting AG. Referent und Autor zahlreicher Publikationen zu Marketing- und Pricing-Themen. Schwerpunkte: Beratungsprojekte in den Bereichen Pricing und Marktforschung sowie in der Konzeption von Preis-, Wettbewerbs- und Marketingstrategien.

Veranstaltungsort

Die Akademie Schloss Krickenbeck ist ein exzellentes Konferenz- und Tagungshotel, eine hochkarätige und innovative Bildungsstätte, Ort anspruchsvoller Events. Seine Einzigartigkeit bezieht Schloss Krickenbeck, gelegen im Herzen Europas, aus dem Zusammenspiel von Kultur, Historie und Natur. Altes und Neues, Tradition und Moderne bilden keine Gegensätze.

Termine

Modul 1: Orientierung	19.-20.09.2012
Modul 2: Analytisches KAM	05.-07.11.2012
Modul 3: Strategisches und operatives KAM	05.-07.02.2013
Modul 4: Führung im KAM	12.-14.03.2013
Modul 5: Umsetzung mit Schlüsselkunden	14.-16.05.2013
Modul 6: Zertifizierung	13.-14.06.2013

Kursgebühr

Für den Intensivkurs (16 Seminartage), Eingangsinterview, Zertifizierung, umfangreiche Studienbücher, CD-ROM mit Tools und Checklisten sowie Pausenverpflegung, Getränke und Mittagessen investieren Sie € 9.600,- zzgl. gesetzlicher Mehrwertsteuer. Es gelten die AGB der Pro Sales Academy GmbH.

Kontakt

Pro Sales Academy GmbH
Pauline Reintgen
An den Schwalmauen 20
D-41379 Brüggen

Tel.: 02163-571-5376
Fax: 02163-571-5366
Mail: pr@prosalesacademy.com
www.prosalesacademy.com

Anmeldung zum KAM-Intensivkurs 2012

Beim Ausfüllen des Anmeldeformulars liefern Sie uns nicht nur Informationen für das Eingangsinterview, sondern ermöglichen Sie uns gleichzeitig, Sie kennen zu lernen.



Personalien

Anrede: _____
Titel: _____
Vorname: _____
Name: _____
Firma: _____
Adresse: _____
PLZ, Ort: _____
Telefon: _____
Email: _____

Ausbildung

(Schulbildung), Berufslehre, Studium, Weiterbildung von ____ bis ____

Berufliche Praxis

Beruflicher Werdegang _____

Gegenwärtige berufliche Funktion/Tätigkeit _____

Interessen

Spezialisierung in folgenden Bereichen _____

Warum möchten Sie den KAM Lehrgang besuchen? _____

Unternehmen

Anzahl der Mitarbeiter _____
Branche/Sparte _____
Produkte _____
Kunden _____

Wir bitten Sie, falls vorhanden, der Anmeldung ein Organigramm Ihres Unternehmens beizulegen. Alle gemachten Angaben werden vertraulich behandelt und nicht an Dritte weitergegeben.

Bei Anmeldung akzeptieren Sie die Seminarbedingungen. Ihre Anmeldung ist verbindlich. Preise gelten je Teilnehmer in Euro zzgl. MwSt.

Ort, Datum, Unterschrift:
