

Key-Account-Management II

Kundenbeziehungen strategisch vertiefen und neue Geschäftsmöglichkeiten erschließen.

Sie möchten Ihre Vertriebs- und Großkundenstrategie überarbeiten und suchen zukunftsorientierte Anregungen zur Neuausrichtung Ihres Key-Account-Managements. Dazu bedarf es oft individueller Lösungen in der Aufbau- und Ablauforganisation Ihres Unternehmens und eine strukturierte Anpassung der eigenen Geschäftsprozesse an die Organisation Ihrer Großkunden.

Ihr Nutzen

In diesem Seminar erfahren Sie, welche Instrumente und Methoden sich in der Praxis bewährt haben. Sie erarbeiten Strategien für ein effizientes Key-Account-Management und können so Ihre Kundenbeziehungen strategisch weiter vertiefen und neue Geschäftsmöglichkeiten erschließen.

Inhalte

- Unternehmensstrategie und Key-Account-Management Positionierung in der Organisation
- Key-Account-Analyse hinsichtlich Umsatz, Deckungsbeitrag und Konditionen
- Entwicklung von Management-Informationssystemen
- Entwicklung und Umsetzung einer Kundenstrategie
- Aktives Beziehungsmanagement
- Beobachtung der Wettbewerber
- Differenzierung zum Wettbewerber
- Risikoanalyse
- Strategisches Konditions- und Preismanagement
- Jahresgespräche professionell vorbereiten
- Professionelles Verhandeln
- Preis- und Konditionenverhandlungen
- Follow-up nach der Verhandlung

Zielgruppe

Key-Account-Manager und Verkaufsführungskräfte, die ihr Know-how im Kundenmanagement perfektionieren möchten

Methoden

Trainerinput, Diskussion, Einzelarbeit, Gruppenarbeit

Hinweise

Max. Teilnehmerzahl: 10 Personen

Dauer: 2 Tage

Seminarkennziffer: E12

Empfehlungen *Basisseminar* [Key-Account-Management I](#) (E11)