

Key Accounts erfolgreich ausbauen

Geschäftspotenziale erschließen, souverän verhandeln und
Kundenbeziehungen weiterentwickeln

Gute Kundenbeziehungen sind wichtig. Doch erfolgreiches Key Account Management geht weiter.

Gerade bei langjährigen Schlüsselkunden bleiben Geschäftspotenziale häufig ungenutzt: Neue Themen werden nicht konsequent angesprochen, zusätzliche Ansprechpartner nicht erschlossen oder Preis- und Konditionsgespräche zu defensiv geführt.

Erfolgreiche Key Account Managerinnen und Key Account Manager verbinden deshalb Partnerschaft mit vertrieblicher Klarheit. Sie verstehen die Interessen ihrer Kunden, vertreten zugleich die eigenen wirtschaftlichen Ziele und bringen Entscheidungen verbindlich voran.

Partnerschaftlich im Umgang. Klar in den Interessen. Konsequenz im Geschäft.

In diesem Seminar entwickeln Sie konkrete Strategien, um bestehende Key Accounts gezielt auszubauen, neue Geschäftsmöglichkeiten zu erschließen und anspruchsvolle Kunden- und Verhandlungssituationen souverän zu gestalten.

01 · Nutzen

Ihr Nutzen

Sie schärfen Ihren Blick für bisher ungenutzte Geschäftsmöglichkeiten bei bestehenden Key Accounts und entwickeln konkrete Ansätze, um diese systematisch zu erschließen. Dabei arbeiten Sie an Ihrer vertrieblichen Position und an der Frage, wie Sie Kundenorientierung und wirtschaftliche Interessen überzeugend miteinander verbinden.

Eigene aktuelle Kunden-, Jahresgesprächs- oder Verhandlungssituationen können direkt in das Seminar eingebracht werden.

Nach dem Seminar können Sie:

- | | |
|---|---|
| • Wachstums- und Entwicklungspotenziale bei bestehenden Key Accounts gezielter erkennen | • Gespräche aktiver führen und eigene Interessen klar vertreten |
| • zusätzliche Bereiche, Ansprechpartner und Geschäftsmöglichkeiten erschließen | • Preis- und Konditionsverhandlungen strukturiert vorbereiten |
| • den Mehrwert Ihrer Leistungen überzeugender vermitteln | • mit Einkaufsstrategien, Forderungen und Preisdruck souveräner umgehen |
| • Cross- und Up-Selling-Chancen professionell ansprechen | • Entscheidungen und nächste Schritte verbindlich voranbringen |

02 · Inhalte

Seminarinhalte

Die eigene Position beim Key Account weiterentwickeln

- bestehende Kundenbeziehungen kritisch betrachten
- die eigene Relevanz und Position beim Kunden einschätzen
- vom Lieferanten zum strategischen Geschäftspartner
- Differenzierung und Mehrwert gegenüber Wettbewerbern sichtbar machen
- Abhängigkeiten von einzelnen Ansprechpartnern reduzieren

Geschäftspotenziale systematisch erschließen

- Cross- und Up-Selling-Potenziale identifizieren
- zusätzliche Bereiche, Standorte und Ansprechpartner erschließen
- neue Bedarfe und Geschäftsmöglichkeiten entwickeln
- „weiße Flecken“ im Kundenunternehmen nutzen
- Chancen priorisieren und konsequent weiterverfolgen

Mehrwert überzeugend argumentieren

- Leistungen aus Kundensicht positionieren
- Nutzen und wirtschaftlichen Mehrwert sichtbar machen
- unterschiedliche Gesprächspartner gezielt ansprechen
- Preis und Leistung überzeugend miteinander verbinden
- Austauschbarkeit reduzieren

Gespräche und Verhandlungen aktiv führen

- eigene Ziele, Interessen und Grenzen klären
- Gespräche strukturieren und Richtung geben
- mit unterschiedlichen Interessen und Widerständen umgehen
- Preis- und Konditionsverhandlungen vorbereiten
- Einkaufsstrategien und Verhandlungstaktiken erkennen
- Zugeständnisse bewusst einsetzen
- Verbindlichkeit herstellen und Entscheidungen voranbringen

Strategische Kundengespräche nutzen

- Jahres- und Entwicklungsgespräche gezielt vorbereiten
- vom Rückblick zum Zukunftsgespräch

- eigene Themen und Geschäftschancen platzieren
- Vereinbarungen und nächste Schritte sichern
- konkrete Transfermaßnahmen für den eigenen Key Account ableiten

03 · Zielgruppe

Für wen ist das Seminar geeignet?

Dieses Seminar richtet sich an:

- erfahrene Key Account Managerinnen und Key Account Manager, Senior Sales Manager sowie Vertriebsverantwortliche, die bestehende Schlüsselkunden gezielt weiterentwickeln und zusätzliche Geschäftspotenziale erschließen möchten.

Vorausgesetzt werden praktische Erfahrungen in der Betreuung wichtiger Kunden. Der vorherige Besuch des Seminars „Strategisches Key Account Management“ ist nicht erforderlich.

04 · Arbeitsweise

So arbeiten wir im Seminar

Sie profitieren von:

- Trainerinput
- Praxisfällen
- Einzel- und Gruppenarbeit
- Gesprächs- und Verhandlungsübungen
- kollegialem Austausch
- strukturiertem Feedback

Eigene aktuelle Kunden- und Verhandlungssituationen bilden einen wichtigen Ausgangspunkt für die Arbeit im Seminar.

05 · Fragen & Antworten

Fragen zum Seminar

Ist dieses Seminar ein klassisches Verhandlungstraining?

Nein. Verhandeln ist ein wichtiger Bestandteil, steht aber im Zusammenhang mit der strategischen Entwicklung eines Key Accounts. Im Mittelpunkt steht die Frage, wie Sie bestehende Schlüsselkunden ausbauen, Geschäftspotenziale realisieren und dabei auch in anspruchsvollen kommerziellen Situationen souverän agieren.

Muss ich vorher das Seminar „Strategisches Key Account Management“ besucht haben?

Nein. Beide Seminare können unabhängig voneinander besucht werden. Für dieses Aufbauseminar sollten Sie jedoch bereits Erfahrung in der Betreuung wichtiger Kunden und ein grundlegendes Verständnis von Key Account Management mitbringen.

Kann ich eigene Kundensituationen einbringen?

Ja. Eigene Fälle sind ausdrücklich erwünscht – zum Beispiel bevorstehende Jahresgespräche, Preis- und Konditionsverhandlungen oder Situationen, in denen Sie zusätzliche Geschäftsmöglichkeiten bei einem bestehenden Kunden erschließen möchten.

Ist das Seminar auch für langjährige Key Account Manager geeignet?

Ja. Gerade erfahrene Key Account Manager profitieren davon, gewachsene Kundenbeziehungen einmal kritisch zu betrachten: Wo sind wir zu selbstverständlich geworden? Welche Potenziale nutzen wir bisher nicht? Und wo könnten wir unsere eigenen Interessen klarer vertreten?

Fragen zum Key Account Management

Wie lassen sich bestehende Key Accounts weiter ausbauen?

Dazu müssen zusätzliche Geschäftspotenziale erkannt und systematisch verfolgt werden. Möglichkeiten entstehen beispielsweise durch neue Produkte oder Leistungen, weitere Geschäftsbereiche, neue Ansprechpartner, zusätzliche Standorte oder eine stärkere strategische Zusammenarbeit mit dem Kunden.

Was bedeutet Cross-Selling im Key Account Management?

Cross-Selling bezeichnet den Verkauf zusätzlicher Produkte oder Leistungen an einen bestehenden Kunden. Im professionellen Key Account Management geht es dabei nicht um beliebiges Zusatzgeschäft, sondern um Angebote, die zu den Zielen und Herausforderungen des Kunden passen.

Wie kann ich Preisforderungen eines Key Accounts besser begegnen?

Eine gute Vorbereitung ist entscheidend. Dazu gehören klare Ziele und Grenzen, eine überzeugende Nutzen- und Mehrwertargumentation sowie ein Verständnis für die Interessen und Alternativen beider Seiten. Zugeständnisse sollten bewusst eingesetzt und möglichst mit Gegenleistungen verbunden werden.

Wie kann ein Key Account Manager Kundenbeziehung und Verkaufsziele miteinander verbinden?

Beides gehört zusammen. Eine belastbare Beziehung schafft Vertrauen und Zugang. Professionelles Key Account Management bedeutet zugleich, Geschäftschancen anzusprechen, eigene Interessen zu vertreten und Entscheidungen voranzubringen. Kundenorientierung bedeutet daher nicht, jeder Forderung nachzugeben.

 Format	 Teilnehmer	 Dauer	 Seminarzeit
Wahlweise Präsenzseminar oder Live-Online-Training	Max. 10	2 Tage	Nach Vereinbarung

Termine

Seminarnummer E36

2027

17.02.-18.02.2027	Region Berlin
14.06.-15.06.2027	Region Bielefeld

Kein passender Termin dabei?

Sprechen Sie uns an: Wir prüfen gern einen individuellen Firmentermin oder weitere Termine für unsere offenen Seminare.

Über das ime

ime Institut für Management-Entwicklung
 Sunderweg 4 · 33649 Bielefeld
 0521 94206-0
info@ime-seminare.de

Fragen zum Seminar?

Sara Marzullo
 0521 94206-26
sara.marzullo@ime-seminare.de

Infos & Anmeldung



Seminarseite öffnen

QR-Code scannen oder
 die Seminareseite öffnen.