

Key Account Management

Ziel eines erfolgreichen Key Account Managements ist die Professionalisierung und qualitative Verbesserung der Kundenkontakte, um so die Umsätze aus dem Geschäft mit Schlüsselkunden zu stabilisieren und auszubauen. Dafür müssen sich die Key Account Manager in den Märkten ihrer Kunden und in deren Köpfen auskennen. Dies erfordert eine hohe Fachkompetenz, verbunden mit sehr hoher Gesprächs- und Sozialkompetenz und der ausgeprägten Fähigkeit zu konzeptionellem und strategischem Arbeiten. Da solche Fachkräfte nicht ohne weiteres zu beschaffen sind, müssen sie konsequent aufgebaut werden.

Das Seminar knüpft an die individuellen und firmenspezifischen Gegebenheiten an. Darauf aufbauend werden Instrumente entwickelt, die eine sinnvolle Wertschöpfungsbrücke zwischen dem Unternehmen und seinen Schlüsselkunden herstellen.

Im ersten Teil des Seminars werden die wesentlichen Grundlagen für erfolgreiches Key Account Management vermittelt und erarbeitet. Hierbei geht es zunächst um Ziele, Nutzen und Probleme des Key Account Managements und eine Betrachtung der für die Arbeit relevanten unterschiedlichen Ebenen: strategische, organisatorische, personelle und operative Ebene. Darauf aufbauend wird die Arbeitsweise des Key Account Managers anhand von zehn Elementen für die Bearbeitung von Schlüsselkunden erarbeitet. Dieser Teil stellt das Herzstück des ersten Seminarteils dar und beinhaltet u.a. so wichtige Fragen wie Aufbau und Pflege von Kontakten, Sammlung von Informationen über den Schlüsselkunden, Key-Account-Analyse, Entwicklung einer kundenbezogenen Strategie, Kundenentwicklungsplan, Vorbereitung und Durchführung von Schlüsselgesprächen, Rahmenvereinbarungen und Korrekturdurchführung. Es werden eine Checkliste für die professionelle Bearbeitung von Key Accounts erarbeitet sowie psychologische Elemente (Erwartungen und Verhaltensweisen) in den unterschiedlichen Phasen einer langfristig angelegten Geschäftsbeziehung zum Schlüsselkunden vermittelt.

Im zweiten Teil des Seminars werden die spezifischen Anforderungen des internationalen Key Account Managements behandelt. Wird ein Schlüsselkunde in verschiedenen Ländern betreut, entstehen dadurch einerseits unterschiedliche Aufgaben und Anforderungen, andererseits gibt es von Seiten des Unternehmens verschiedene Ansprechpartner. Die Koordination dieser unterschiedlichen Aktivitäten mit ihren subjektiv begründeten unterschiedlichen Schwerpunkten stellt erhöhte Anforderungen an die Kommunikation untereinander ebenso wie gegenüber dem Kunden. Insbesondere sind hierbei die Aspekte der unterschiedlichen Kulturen von entscheidender Bedeutung und bedürfen einer sorgfältigen Berücksichtigung. Diese Anforderungen werden ausführlich behandelt und in Übungen, Kleingruppenarbeit und Rollenspielen trainiert.

Um den interkulturellen Aspekt seiner Bedeutung entsprechend einbeziehen zu können, ist eine Gruppenszusammensetzung wünschenswert, in der verschiedene Kulturen, zumindest jedoch Teilnehmer mit persönlichen Erfahrungen in unterschiedlichen Kulturen, vertreten sind.

Das Seminar ist auf eine Dauer von drei Tagen angelegt. Die optimale Gruppengröße liegt bei zwölf Teilnehmern. Das methodische Vorgehen ist eine Mischung aus Kurzvorträgen, Input-Präsentationen, Übungen, Kleingruppenarbeiten und Rollenspielen.

Wegen des Umfangs und der Komplexität der Seminarinhalte ist zur Transfersicherung ein eintägiges Follow-Up-Training ca. 6-8 Wochen nach dem Seminartermin empfehlenswert.