

# Der Key Account Manager

Die Top-Instrumente und Verkaufstechniken  
für Ihren Geschäftserfolg!

## Erfolgsfaktoren und Strategische Ziele im Key Account Management

- ◆ Strategiezyklen, Trends und Status-Quo im Key Account Management kennen
- ◆ Neue B2B-Studie für noch erfolgreicherer Key Account Management nutzen
- ◆ Qualität Ihres Verkaufsprozesses steigern

## Das Wirkungsvermögen beim Kunden steigern

- ◆ Barrieren kennen und überwinden
- ◆ Methodisch verkaufen
- ◆ Nutzen richtig adressieren

## Handwerkszeug verstehen und einsetzen

- ◆ Kundengespräche führen
- ◆ Werkzeuge im Account Management gezielt einsetzen
- ◆ Hohe Kundenzufriedenheit erreichen

### Ihr Praxis-Plus:

- ✓ Sie setzen das Erlernete in zahlreichen Übungen um!
- ✓ Sie profitieren vom Praxisbericht der Hilcona Feinkost GmbH!
- ✓ Sie erhalten konkrete Tipps und Empfehlungen von unseren Experten!

Ihre Experten:

Andreas Mühlberger  
KeyLargos Unternehmensberatung

Ronny Buder  
Hilcona Feinkost GmbH

### So beurteilen ehemalige Teilnehmer das Seminar:

- ◆ „Sehr interessantes und kurzweiliges Seminar!“  
D.Näher, KfW Bankengruppe
- ◆ „Sehr praxisnah, hoch motivierend und spannend!“  
S. Tahmasebi, HAKA Kunz GmbH

Bitte wählen Sie Ihren Termin:

5. und 6. Juli 2010 in München

5. und 6. August 2010 in Frankfurt/M.

23. und 24. September 2010 in Düsseldorf

Hoher Lernerfolg durch  
begrenzte Teilnehmerzahl!

  
**MANAGEMENT CIRCLE**<sup>®</sup>  
BILDUNG FÜR DIE BESTEN

Melden Sie sich jetzt an! Telefon-Hotline: 0 61 96/47 22-700

# Optimieren Sie Ihr Key Account Management und binden Sie Ihre Schlüsselkunden an sich!

Ihr Seminarleiter:  
Andreas Mühlberger, Geschäftsführer, **KeyLargos Unternehmensberatung**, Grasbrunn

## Herzlich willkommen!

- Begrüßung durch den Seminarleiter
- Überblick über die Inhalte des Seminars
- Abstimmung der Inhalte mit Ihren Erwartungen

## Erfolgsfaktoren im B2B-Selling: Was Kunden von Ihren Anbietern erwarten

- Vorstellung der neuen B2B-Studie
- Relevante Ergebnisse für den Key Account Manager
- Was Kunden von Ihren Anbietern erwarten
- Die Anforderungen an ein Erstgespräch
- Inhalte eines idealen Angebotes
- Warum Kunden den Anbieter wechseln
- Professionalität als Unterscheidungsmerkmal
- Einstellungskriterien
- Folgegeschäfte gezielt suchen
- Verbesserungspotenziale im Umgang mit Kunden
- Der richtige Umgang mit der Aussage: „Wettbewerb hat besseren Preis oder bessere Lösung“
- Unterschiede aus Anbieter- und Kundensicht



## Strategische Ziele als Key Account Manager verfolgen

- Strategiezyklen und wie Sie das Key Account Management beeinflussen
  - Preisführerschaft
  - Leistungsdifferenzierer
  - Technologieführer
  - Zeitführer
- Der Key Account Manager als Dienstleister
- Mega-Trends in der Industrie
- Vom Kostenfaktor zum intelligenten Mitunternehmer
- Vom Lieferanten zum integralen Bestandteil der Wertschöpfungskette
- Das Ziel ist das Ziel: Warum machen wir das?
- Checkliste: Status quo Key Account Manager

## Als Key Account Manager arbeiten

- Königsdisziplin Key Account Management
- Definition Key Account Management
- Ansatzpunkte und Aufgaben im Key Account Management
- Der persönliche Vertriebsprozess
- Cross selling
- Test: Qualität Ihres Verkaufsprozesses

## Barrieren überwinden

- Verkäuferfalle
- Selbstvertrauen als Key Account Manager
- Fehlende Nutzenargumente
- Nutzen richtig formulieren
- Entscheidungen im Einkauf beeinflussen
- Kommunikationsbarrieren
- Richtig kommunizieren
- Sich vom Wettbewerb differenzieren
- Den Verkaufsprozess steuern und sich nicht den Kaufprozess des Kunden aufdrängen lassen
- Verkaufsprozess und Kaufprozess synchronisieren



## Methodisch verkaufen

- Die verschiedenen Verkaufsmethoden
- Vorteile und Nachteile
- Umfang und Zeitaufwand
- Kunden verstehen
- Zusammensetzung und Rollen im Buying Center:
  - der Genehmiger
  - der Entscheider
  - der Prüfer
  - der Coach
  - der falsche Freund
  - der Anwender
- Entscheidungskriterien der Kunden
- Umgang mit Geschäftszielen
- Strategien gegen den Wettbewerb entwickeln
- Projekte richtig qualifizieren
- Kunden systematisch richtig einschätzen
- Vom Produkt- zum Lösungsverkauf
- Handlungszwang des Kunden bestimmen
- Einfluss des Gesprächspartners verstehen
- Strategien gegen den Wettbewerb entwickeln
- Projekte richtig qualifizieren

## Seminarzeiten

Am ersten Seminartag ab 8.45 Uhr: Empfang mit Kaffee und Tee, Ausgabe der Seminarunterlagen

	Beginn des Seminars	Gemeinsames Mittagessen	Ende des Seminars
1. Seminartag	9.30 Uhr	13.00-14.15 Uhr	ca. 18.30 Uhr
2. Seminartag	9.00 Uhr	12.30-13.45 Uhr	ca. 18.00 Uhr

Am Vor- und Nachmittag sind Kaffee- und Teeпаusen in Absprache mit dem Seminarleiter und den Teilnehmern vorgesehen.

## Get-Together

Ausklang des ersten Seminartages in informeller Runde. **Management Circle** lädt Sie zu einem kommunikativen Umtrunk ein. Entspannen Sie sich in angenehmer Atmosphäre und vertiefen Sie Ihre Gespräche mit Referenten und Teilnehmern!

# Instrumente, Tools und Verkaufstechniken des Key Account Managers!

Ihr Seminarleiter:  
Andreas Mühlberger

## Es geht weiter!

### Den Kundennutzen richtig adressieren



- Nutzendefinition
- Personenspezifischer Nutzen
- Nutzen im Wandel der Zeit
- Inhalte und Aufbau einer erstklassigen Nutzensaussage
- Nutzen auf unterschiedlichen Hierarchieebenen adressieren
- Nutzenkette als Argumentationspfad
- Die Bestandteile der Nutzenargumentation
- Horizontaler und vertikaler Nutzen
- Verkaufen „above the line“
- Verkaufen „below the line“
- Rationaler und emotionaler Nutzen als Basis für den Verkaufserfolg
- Eisbergprinzip
- Erarbeitung von Nutzen-Statements für Ihr individuelles Produkt/Ihre Lösung

### Das Kundengespräch führen

- Gesprächsvorbereitung
- Positionierungsgespräch
- Perspektivgespräch
- Angebotsgespräch
- Verhandlungsführung
- Präsentationstechnik
- Medienmix
- Inhalt und Umfang der Agenda
- Die Agenda als Leitfaden im Gespräch
- Funktionsorientierte versus organisationsorientierte Betrachtung
- Die richtige Ebene ansprechen: Positionierung und Inhalte der Verkaufsbotschaften
- Wertschöpfungskette verstehen
- Den Kunden verstehen: Erwartungshaltung und Denkweise von Kunden
- Das Gespräch richtig zusammenfassen
- Kleinigkeiten machen den Unterschied
- Präsentieren oder diskutieren
- Handouts für Kundengespräche

### Handwerkszeug gezielt einsetzen



- Kundenanalyse
- ABC-Analyse
- Scoring-Modell zur Kundenbewertung
- SWOT-Analyse als Stärken-Schwächen-Profil
- Share-of-Wallet-Konzept zur Positionsbestimmung im Account
- Elevator Statement: Was sage ich in 30 Sekunden?
- Account-Plan: Ziele und Inhalte

- Sich selbst und das Unternehmen richtig positionieren
- Sinn und Unsinn der CRM-Unterstützung
- Blick in den Geschäftsbericht
- Informationen sammeln

### Key Account Management bei der Hilcona Feinkost GmbH



#### Die Einflüsse der Unternehmensstrategie auf die Zusammenarbeit mit dem Handelskunden!

- Der Strategieprozess – Vision, Strategien, Ziele, Maßnahmen
- Die Aufgaben für den Key Account Manager – von der Zielsetzung bis zum Ergebnistracking

#### Das „KAM-Puzzle“

- Die Eckpfeiler der Aufgaben des Key Account Managers bei der Hilcona Feinkost GmbH

#### Die synchrone Marktbearbeitung durch Marketing & Vertrieb

- Gemeinsame Zielsetzung und Umsetzung am POS – Markenwahrnehmung vom „Parkplatz bis zum Regal“
- Kommunikation – Einbindung des KAM in die Marketingentscheidung
- Category Management – „vom Vollsortimenter zum Richtigsortimenter“

Ronny Buder  
Internat. Key Account Manager,  
**Hilcona Feinkost GmbH**, Leinfelden-Echterdingen

#### Kundenzufriedenheit erreichen

- Kundenzufriedenheit als Basis für Folgegeschäfte
- Kundenzufriedenheit versus Kundenbegeisterung
- Kano-Modell zur Kundenbegeisterung
- Entwicklung der Kundenzufriedenheit im Zeitablauf
- Kundenorientierung im Tagesgeschäft
- Kennzeichen einer kundenorientierten Organisation
- Perspektivenwechsel
- Insight-out versus Outside-in
- Das eigene Unternehmen als Blackbox
- Was Kunden wirklich interessiert
- Der unheimliche Multiplikator
- Warum sich Kundenzufriedenheit lohnt

### Das bietet Ihnen dieses Seminar

Wie können Sie die **Betreuung Ihrer Schlüsselkunden** optimieren. Wie können Sie auch in schwierigeren Zeiten mögliche **Umsatzpotenziale noch besser ausschöpfen**? Antworten auf diese Herausforderungen bietet Ihnen dieses Seminar: Denn nur ein erfolgreiches Key Account Management ermöglicht Ihnen die **Sicherung und das Wachstum Ihrer Umsätze und Deckungsbeiträge**.

Sie erfahren, wie Sie den **Anforderungen an einen erfolgreichen Key Account Manager** noch besser gerecht werden und was Sie für den **Aufbau langfristiger Geschäftsbeziehungen tun können**.

### Schöpfen Sie neue Umsatzpotenziale mit Ihren Key Accounts aus!

Die Umsetzung neuer Geschäftsmöglichkeiten ist die Königsdisziplin im Vertrieb. Verbessern Sie Ihre Vorgehensweisen, um neue Geschäftsmöglichkeiten aktiv zu suchen, zu erkennen und daraus Umsätze zu realisieren. **Sie verkaufen zukünftig erfolgreicher und identifizieren Wege, um Umsatzlücken zu schließen**. Sie wissen, wie Accounts gezielt aufgebaut werden und können eine clevere Account-Planung durchführen.

### Das lernen Sie hier

- Sie **erhalten praktische Key Account Management-Konzepte** für die **sofortige Umsetzung**.
- Sie erarbeiten Ansatzpunkte **zur Entwicklung erfolgreicher Strategien**.
- Sie setzen die **Erfolgsfaktoren und Tools im Key Account Management** wirkungsvoll um.
- Sie erlernen die **Verkaufstechniken** erfolgreicher Key Account Manager.

### Ihr Leitfaden für erfolgreiches Key Account Management

Das Seminar führt Sie systematisch an das Aufgabengebiet eines Key Account Managers heran. Dabei werden grundsätzliche Themen, wie der Key Account Manager als Dienstleister, Unterschiede zwischen Vertriebsbeauftragten und Key Account Managern und auch das Rollenverständnis als Großkundenbetreuer behandelt. Sie lernen einschlägige Methoden im Key Account Management kennen und erhalten wirkungsvolle Tipps für Ihre Praxis.

### Sie haben noch Fragen?

Rufen Sie mich bitte an oder schreiben Sie mir eine E-Mail. Gerne berate ich Sie persönlich und beantworte Ihre Fragen zum Seminar.



Annette Neuberger

**Annette Neuberger**  
Konferenz Managerin  
Tel.: 0 61 96/47 22-550  
E-Mail: [neuberger@managementcircle.de](mailto:neuberger@managementcircle.de)

### Ronny Buder

ist International Key Account Manager bei der **Hilcona Feinkost GmbH**. Im Fokus seiner Tätigkeit steht die internationale Großkundenbetreuung von **Metro International & Rewe**. Zuvor war er über zwei Jahre lang als Key Account Manager für das Importhaus Wilms tätig. Des Weiteren sammelte Ronny Buder acht Jahre lang Erfahrung bei Nestlé Deutschland und durchlief während dieser Zeit verschiedene Positionen wie zum Beispiel als Bezirksreisender, Assistent Key Account Manager und als Key Account Manager Impuls. Ronny Buder studierte an der University of Applied Sciences in Mainz und erlangte seinen Abschluss zum Diplom-Betriebswirt (FH).

### Andreas Mühlberger

ist Geschäftsführer der **KeyLargos Unternehmensberatung** in München. Er unterstützt Anbieter dabei, Schlüsselprojekte durch einen auf ihr Geschäft optimierten Verkaufsprozess zu gewinnen. In vielen Projekten hat er Umsatzanteile bei Key Accounts wird ausgebaut sowie neue Verkaufschancen identifiziert und qualifiziert. Als erfolgreicher Unternehmer blickt er auf eine langjährige Management-Karriere zurück. Er verantwortete verschiedene Positionen bei der Siemens AG, war Vorstand der Tecoplan AG und danach Mitglied des europäischen Management-Teams bei Silicon Graphics. Vor Gründung von KeyLargos war er Geschäftsführer der munich performance consulting GmbH.

### Ihr Management Circle-Veranstaltungsticket

Reisen Sie zu attraktiven Sonderkonditionen mit der Deutsche Bahn AG an Ihren Veranstaltungsort: Von jedem beliebigen DB-Bahnhof und auch mit dem ICE!

Weitere Informationen zu Preisen und zur Ticketbuchung erhalten Sie mit Ihrer Anmeldebestätigung oder unter:

[www.managementcircle.de/bahn](http://www.managementcircle.de/bahn)



## AUCH ALS INHOUSE TRAINING

### So individuell wie Ihre Ansprüche – Inhouse Trainings nach Maß!

Zu diesen und allen anderen Themen bieten wir auch firmeninterne Schulungen an. Ihre Vorteile: Kein Zeitverlust – passgenau für Ihren Bedarf!

Ich berate Sie gerne und erstelle Ihnen ein individuelles Angebot. Rufen Sie mich an.



Kathrin Tremmel  
Tel.: 0 61 96/47 22-615  
E-Mail: [tremmel@managementcircle.de](mailto:tremmel@managementcircle.de)  
[www.managementcircle.de/inhouse](http://www.managementcircle.de/inhouse)



## AKTUELL UND AUF DEN PUNKT!

Nutzen Sie unseren E-Mail-Service, um zeitgemäß Ihre Top-Themen bequem per E-Mail zu erhalten.

Ihr persönliches Profil verwalten Sie unter:

[www.managementcircle.de/email](http://www.managementcircle.de/email)



## Warum Sie dieses Seminar besuchen sollten

- Das Seminar vermittelt Ihnen **alle Aspekte eines systematischen Key Account Managements**.
- Es vermittelt und **intensiviert die Kernkompetenzen für Sie als Key Account Manager**, um Sie für Ihre Großkundenbetreuung fit zu machen.
- Sie lernen **praxiserprobte Instrumente und Methoden zur Weiterentwicklung und Verbesserung Ihrer Verkaufskompetenz** kennen.

## Wen Sie auf diesem Seminar treffen

Das Seminar richtet sich an **Key Account Manager, Verkaufsführungskräfte, Großkundenverkäufer** und auf **Großkunden spezialisierte Mitarbeiter des Vertriebs- und Marketingbereichs**. Zudem sprechen wir mit diesem Seminar **Neu- und Quereinsteiger** an, die zukünftig Key Accounts bearbeiten und betreuen werden.

## Termine und Veranstaltungsorte

### 5. und 6. Juli 2010 in München

angelo Designhotel München,  
Leuchtenbergiring 20, 81677 München  
Tel.: 089/18 90 86-0, Fax: 089/18 90 86-174  
E-Mail: reservierung@angelo-munich.com

### 5. und 6. August 2010 in Frankfurt/M.

Tryp Hotel Frankfurt,  
Katharinenkreisel (Opelrondell), 60486 Frankfurt/M.  
Tel.: 069/707 30-0, Fax: 069/707 30-333  
E-Mail: tryp.frankfurt@solmelia.com

### 23. und 24. September 2010 in Düsseldorf

Sheraton Düsseldorf Airport,  
Im Flughafen Düsseldorf, 40474 Düsseldorf  
Tel.: 02 11/41 73-0, Fax: 02 11/41 73-707  
E-Mail: airport@sheraton.duesseldorf@arabellasheraton.com

### Zimmerreservierung

Für die Seminarteilnehmer steht im jeweiligen Tagungshotel ein begrenztes Zimmerkontingent zum Vorzugspreis zur Verfügung. Nehmen Sie die **Reservierung bitte rechtzeitig selbst direkt im Hotel** unter Berufung auf Management Circle vor.

**Ein Tipp: Unser Service-Team nennt Ihnen gerne günstige alternative Übernachtungsmöglichkeiten in der Nähe des Tagungshotels (Tel.: 06196/4722-700).**

Mit der Deutschen Bahn **ab € 109,-** zur Veranstaltung.  
Infos unter:  
[www.managementcircle.de/bahn](http://www.managementcircle.de/bahn)

## Über Management Circle



**Management Circle** steht für *WissensWerte* und ist anerkannter Bildungspartner der Unternehmen. Die Management Circle AG zählt mit einem umfangreichen Weiterbildungsprogramm zu den **Marktführern** im deutschsprachigen Raum. Informieren Sie sich aktuell und umfassend unter: [www.managementcircle.de](http://www.managementcircle.de)

## So melden Sie sich an

Bitte einfach die Anmeldung ausfüllen und möglichst bald zurücksenden oder per Fax, Telefon oder E-Mail anmelden. Sie erhalten eine Bestätigung, sofern noch Plätze frei sind – andernfalls informieren wir Sie sofort. Die Anmeldungen werden nach Reihenfolge der Eingänge berücksichtigt.

Die Teilnahmegebühr für das zweitägige Seminar beträgt inkl. Mittagessen, Erfrischungsgetränken, Get-Together und der Dokumentation € 1.895,-. Nach Eingang Ihrer Anmeldung erhalten Sie eine Anmeldebestätigung und eine Rechnung. Sollte mehr als ein Vertreter desselben Unternehmens an der Veranstaltung teilnehmen, bieten wir **ab dem zweiten Teilnehmer 10% Preisnachlass**. Bis zu zwei Wochen vor Veranstaltungstermin können Sie kostenlos stornieren. Danach oder bei Nichterscheinen des Teilnehmers berechnen wir die gesamte Tagungsgebühr. Die Stornierung bedarf der Schriftform. Selbstverständlich ist eine Vertretung des angemeldeten Teilnehmers möglich. Alle genannten Preise verstehen sich zzgl. der gesetzlichen MwSt.

## Der Key Account Manager

Ich/Wir nehme(n) teil am:

- 5. und 6. Juli 2010 in München** 07-64887
- 5. und 6. August 2010 in Frankfurt/M.** 08-64888
- 23. und 24. September 2010 in Düsseldorf** 09-64889

**1** Name/Vorname \_\_\_\_\_  
Position/Abteilung \_\_\_\_\_

**2** Name/Vorname \_\_\_\_\_  
Position/Abteilung \_\_\_\_\_

**3** Name/Vorname \_\_\_\_\_  
Position/Abteilung \_\_\_\_\_

Firma \_\_\_\_\_  
Straße/Postfach \_\_\_\_\_  
PLZ/Ort \_\_\_\_\_  
Telefon/Fax \_\_\_\_\_

**@** E-Mail \_\_\_\_\_

Datum \_\_\_\_\_ Unterschrift \_\_\_\_\_

Ansprechpartner/in im Sekretariat: \_\_\_\_\_

Anmeldebestätigung bitte an: \_\_\_\_\_ Abteilung \_\_\_\_\_

Rechnung bitte an: \_\_\_\_\_ Abteilung \_\_\_\_\_

Mitarbeiter:  BIS 100  100-200  200-500  500-1000  ÜBER 1000

**Datenschutzhinweis**  
Die Management Circle AG und ihre Dienstleister (z.B. Lettershops) verwenden die bei Ihrer Anmeldung erhobenen Angaben für die Durchführung unserer Leistungen und um Ihnen Angebote zur Weiterbildung auch von unseren Partnerunternehmen aus der Management Circle Gruppe per Post zukommen zu lassen. Unsere Kunden informieren wir außerdem telefonisch und per E-Mail über unsere interessanten Weiterbildungsangebote, die den vorher von Ihnen genutzten ähnlich sind. Sie können der Verwendung Ihrer Daten für Werbezwecke selbstverständlich jederzeit gegenüber Management Circle AG, Postfach 56 29, 65731 Eschborn, unter [datenschutz@managementcircle.de](mailto:datenschutz@managementcircle.de) oder telefonisch unter 06196/4722-500 widersprechen oder eine erteilte Einwilligung widerrufen.

## Anmeldung/Kundenservice

Telefon: **+49 (0) 61 96/47 22-700**  
Fax: **+49 (0) 61 96/47 22-999**  
E-Mail: **[anmeldung@managementcircle.de](mailto:anmeldung@managementcircle.de)**  
Internet: **[www.managementcircle.de/07-64887](http://www.managementcircle.de/07-64887)**  
Postanschrift: **Management Circle AG  
Postfach 56 29, 65731 Eschborn/Ts.  
Telefonzentrale: +49 (0) 61 96/47 22-0**

