

Top-Instrumente und Verkaufstechniken

Der Key Account Manager

➤ schlagkräftiger ➤ kommunikationsstärker ➤ erfolgreicher

Erfolgsfaktoren und strategische Ziele im Key Account Management

- ◆ Strategiezyklen, Trends und Status-quo
- ◆ Aktuelle B2B-Studie nutzen
- ◆ Qualität Ihres Verkaufsprozesses erhöhen

Ihren Auftritt und Ihre Wirkung beim Kunden steigern

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

Handwerkszeug verstehen und gezielt einsetzen

- ◆ Kundengespräche souverän führen
- ◆ Werkzeuge im Account Management einsetzen
- ◆ Hohe Kundenbindung erreichen

Ihr Praxis-Plus:

- ✓ Sie setzen das Erlernte in zahlreichen Übungen direkt um
- ✓ Sie erhalten konkrete Tipps und Empfehlungen von unseren Experten!

Ihre Experten:



Andreas Mühlberger
KeyLargos GmbH



Helge Martin
F. Reyher Nchfg.
GmbH & Co. KG

So beurteilen ehemalige Teilnehmer dieses Seminar:

- ◆ „Top Seminar, sehr praxisnah, direkt verwendbar für meine tägliche Arbeit.“ R. Seifert, arvato Systems GmbH
- ◆ „Ist in jeden Fall hilfreich für bestehende und neue Key Account Manager.“ K. Bayer, fischer Deutschland Vertriebs GmbH

Bitte wählen Sie Ihren Termin:

18. und 19. September 2013 in Stuttgart

17. und 18. Oktober 2013 in Frankfurt/M.

14. und 15. November 2013 in Köln

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



Ihr Seminarleiter:
Andreas Mühlberger, Geschäftsführer, **KeyLargos GmbH**, München-Grasbrunn

Herzlich willkommen

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

Erfolgsfaktoren im B2B-Selling: Was Kunden von ihren Anbietern erwarten

- Vorstellung der B2B-Studie
- Relevante Ergebnisse für den Key Account Manager
- Inhalte eines idealen Angebotes
- Professionalität als Unterscheidungsmerkmal
- 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
- Ansatzpunkte und Aufgaben im Key Account Management
- Der persönliche Vertriebsprozess
- Cross-selling
- Test: Qualität Ihres Verkaufsprozesses

Barrieren überwinden

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

Methodisch verkaufen

- Vorteile und Nachteile von Verkaufsmethoden
- Kunden verstehen
- Zusammensetzung und Rollen im Buying Center
 - Genehmiger versus Entscheider
- Entscheidungskriterien der Kunden
- Projekte richtig qualifizieren
- Kunden systematisch richtig einschätzen
- Vom Produkt- zum Lösungsverkauf
- Handlungszwang des Kunden bestimmen



Seminarzeiten

Am 1. Seminartag: Empfang mit Tee und Kaffee, Ausgabe der Seminarunterlagen ab 8.45 Uhr

	Beginn des Seminars	Business Lunch	Ende des Seminars
1. Seminartag	9.30 Uhr	13.00 – 14.15 Uhr	ca. 18.30 Uhr & Get-Together
2. Seminartag	9.00 Uhr	12.30 – 13.45 Uhr	ca. 17.30 Uhr

Am Vor- und Nachmittag sind Kaffee- und Teepausen 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 dem Referenten und den Teilnehmern.

Instrumente, Tools und Verkaufstechniken des Key Account Managers

Ihr Seminarleiter:
Andreas Mühlberger

Es geht weiter

- Begrüßung durch den Seminarleiter

Den Kundennutzen richtig adressieren

- Personenspezifischer Nutzen
- Nutzen im Wandel der Zeit
- Die Bestandteile der Nutzenargumentation
- Rationaler und emotionaler Nutzen als Basis für den Verkaufserfolg
- Eisbergprinzip
- Erarbeitung von Nutzen-Statements für Ihr individuelles Produkt/Ihre Lösung

Das Kundengespräch gewinnend führen

- Die Gesprächsvorbereitung
- Das Positionierungsgespräch
- Das Perspektivgespräch
- Das Angebotsgespräch
- Die Verhandlungsführung
- Der Medienmix
- Die Agenda als Leitfaden im Gespräch
- So sprechen Sie die richtige Ebene an: Positionierung und Inhalte der Verkaufsbotschaften
- 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

- 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



Key Account Management bei der F. Reyher Nchfg. GmbH & Co. KG

Anforderungen an das Key Account Management

- Dynamisierung der Märkte und die Konsequenzen für den Vertrieb
 - Wann ist die Integration eines KAM-System sinnvoll?
 - Die wichtigsten Schritte zur Gestaltung einer KAM-Strategie

Der Accountplan – ein effektives Key Account Management Tool

Risikominimierung des Verlustes eines Key Accounts

- Eckpfeiler eines „Risikomanagements“ für Key Accounts



Helge Martin
Bereichsleiter Konzerne,
F. Reyher Nchfg. GmbH & Co. KG,
Hamburg

Kundenzufriedenheit erreichen

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

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



Warum Sie dieses Seminar besuchen sollten

Wie können Sie die **Betreuung Ihrer Schlüsselkunden** optimieren? Wie können Sie auch in schwierigeren Zeiten mögliche **Umsatzpotenziale noch besser ausschöpfen**?

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.

Sie haben noch Fragen? Gerne!

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

Kirsten Noack



Kirsten Noack

Projektmanagerin

Tel.: 0 61 96/47 22-550

E-Mail: kirsten.noack@managementcircle.de

Bitte beachten Sie auch unser Seminar:

Der Vertriebsleiter

23. bis 25. Juli 2013 in Frankfurt/M.

9. bis 11. September 2013 in München

9. bis 11. Oktober 2013 in Düsseldorf

Nähere Informationen gibt Ihnen gerne **Stephan Wolf**

Tel.: 0 61 96/47 22-700

Fax: 0 61 96/47 22-888

E-Mail: kundenservice@managementcircle.de

Andreas Mühlberger

ist Geschäftsführer der **KeyLargos GmbH** in München. Er unterstützt Anbieter dabei, Schlüsselprojekte durch einen auf ihr Geschäft optimierten Verkaufsprozess zu gewinnen. Der Umsatzanteil bei Key Accounts wird ausgebaut sowie neue Verkaufschancen frühzeitig identifiziert und qualifiziert. Durch die Zusammenarbeit mit Andreas Mühlberger konnten viele Kunden wichtige und namhafte Aufträge abschließen. Als erfolgreicher Unternehmer blickt er auf eine langjährige Managementkarriere zurück. Er verantwortete verschiedene Positionen bei der Siemens AG, war Vorstand der Tecoplan AG und danach Mitglied des europäischen Managementteams bei Silicon Graphics. Vor Gründung von KeyLargos war er Geschäftsführer der munich performance consulting GmbH.

Helge Martin

blickt auf eine lange Laufbahn im internationalen B2B-Vertrieb erklärungsintensiver Industrieprodukte und Dienstleistungen sowie der ergebnisorientierten Führung hochqualifizierter Mitarbeiter und Teams zurück. Helge Martin ist bei der Firma **F. Reyher Nchfg. GmbH & Co. KG**, Hamburg, Marktführer im Bereich der Befestigungs- und C-Teile Management, für den Bereich Konzernkunden verantwortlich. Im Fokus seiner Tätigkeit steht die strategische Betreuung sowie der Auf- und Ausbau der Umsätze bei nationalen sowie internationalen Konzernen, wobei ihn das REYHER-Vertriebsteam unterstützt. Zuvor war der Vertriebsmanager bei der Firma Getriebebau Nord als KAM beschäftigt. Des Weiteren sammelte Helge Martin Erfahrung als Sales Manager bei Munters und Air Liquide, zwei Jahre davon als Leiter des französischen Vertriebs in Paris.

Ihr Nutzen aus diesem Seminar

- 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.

AUCH ALS INHOUSE TRAINING

Zu diesen und allen anderen Themen bieten wir auch **firmeninterne Schulungen** an. Ich berate Sie gerne, rufen Sie mich an.



Oliva Namsler

Tel.: 0 61 96/47 22-635

E-Mail: olivia.namsler@managementcircle.de

www.managementcircle.de/inhouse



Warum Sie dieses Seminar besuchen sollten

- Das Seminar vermittelt Ihnen **alle Aspekte eines systematischen Key Account Managements**.
- Es vermittelt und intensiviert **die Kernkompetenzen, die Sie brauchen**, um fit für Ihre Großkundenbetreuung zu sein.
- 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, Führungskräfte im Verkauf, 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

18. und 19. September 2013 in Stuttgart

Hilton Garden Inn Stuttgart NeckarPark
Mercedesstrasse 75, 70372 Stuttgart
Tel.: 07 11/900 55-0, Fax: 07 11/900 55-100
E-Mail: strpk-salesadm@hilton.com

17. und 18. Oktober 2013 in Frankfurt/M.

Intercontinental Frankfurt, Wilhelm-Leuschner-Straße 43, 60329 Frankfurt/M.
Tel.: 069/26 05-23 34, Fax: 069/26 05-23 22
E-Mail: frankfurt.reservations@ihg.com

14. und 15. November 2013 in Köln

Marriott Hotel Köln, Johannisstraße 76-80, 50668 Köln
Tel.: 02 21/942 22-700, Fax: 02 21/942 22-71 10
E-Mail: reservations.cologne@marriott.com

Für unsere 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.

Mit der Deutschen Bahn für € 99,- zur Veranstaltung.
Infos unter:

www.managementcircle.de/bahn



Über Management Circle



Als anerkannter Bildungspartner und Marktführer im deutschsprachigen Raum vermittelt Management Circle **WissensWerte** an Fach- und Führungskräfte. Mit seinen 200 Mitarbeitern und jährlich etwa 3000 Veranstaltungen sorgt das Unternehmen für berufliche Weiterbildung auf höchstem Niveau. Weitere Infos zur **Bildung für die Besten** erhalten Sie unter 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. Business Lunch, Erfrischungsgetränken, Get-Together und der Dokumentation € 1.995,-. Nach Eingang Ihrer Anmeldung erhalten Sie eine Anmeldebestätigung und eine Rechnung. Sollten mehr als zwei Vertreter desselben Unternehmens an der Veranstaltung teilnehmen, bieten wir **ab dem dritten Teilnehmer 10% Preisnachlass**. Bis zu zwei Wochen vor Veranstaltungstermin können Sie kostenlos stornieren. Danach oder bei Nichterscheinen des Teilnehmers berechnen wir die gesamte Teilnahmegebühr. 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

WS

Ich/Wir nehme(n) teil am:

- 18. und 19. September 2013 in Stuttgart 09-75604
- 17. und 18. Oktober 2013 in Frankfurt/M. 10-75605
- 14. und 15. November 2013 in Köln 11-75606

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 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

Internet: www.managementcircle.de/09-75604

Postanschrift: **Management Circle AG**
Postfach 56 29, 65731 Eschborn/Ts.

Telefonzentrale: +49 (0) 61 96/47 22-0

