

Crashkurs

Geprüfter Key-Account-Manager

HCH Summer School 2010

HCH SUMMER SCHOOL 2010

Um was es geht

Ziel eines erfolgreichen Key-Account-Managements ist die Professionalisierung und qualitative Verbesserung der Kundenbeziehungen. Das Geschäft mit den Großabnehmern zu sichern und weiter auszubauen ist existenzentscheidend.

Zeichen marktwirtschaftlicher Ordnungen im Globalisierungsprozess sind Konzentrations-, Fusions-, Zentralisierungs- und Internationalisierungsbewegungen. Für Unternehmen hat das zur Folge, dass ein immer größer werdender Umsatzanteil auf die marktstarken Großabnehmer und Kooperationspartner entfällt. Aus diesem Grunde gewinnt die professionelle Betreuung der Schlüsselkunden, der Key-Accounts, immer stärker an Bedeutung.

Der Key-Account-Manager entwickelt sich zum Berater für Absatzkonzepte. Er betreibt systematisch strategisches Kundenmarketing und baut so Erfolgspartnerschaften mit Schlüsselkunden auf.

Zielgruppen

Dieser Crashkurs richtet sich an Key-Account-Manager, Junior-Key-Account-Manager sowie alle im Verkauf tätigen, die entscheidende Umsatzverantwortung für ihr Unternehmen tragen.

Ihr persönlicher Nutzen

Dieser Crashkurs vermittelt das notwendige Know-how, um Schlüsselkunden professionell zu betreuen. Der Crashkurs fokussiert dabei auf Analyse-, Planungs-, Beratungs- und Verhandlungstechniken im Key-Account-Management.

Abschlussprüfung

Die Teilnehmer können am letzten Tag des Crashkurs an einer Abschlussprüfung teilnehmen und erhalten neben der Teilnahmebestätigung entsprechend dem Prüfungsergebnis den qualifizierten HCH-Abschluss: Geprüfter Key-Account-Manager.

HCH Summer School 2010 (Sales)

Der Sommer ist die Zeit, in der viele mit ihrer Familie in den Urlaub reisen. In Deutschland sind - bedingt durch die Sommerferien der 16 Bundesländer - fast 3 Monate „frei“. Viele Bildungsveranstalter - gleichgültig, ob öffentliche oder firmeninterne - bieten in dieser Zeit kaum Seminare und Trainings an. Diesem treten wir mit der HCH Summer School entgegen.

In diesem Jahr (2010) liegen die Sommerferien in der Zeit vom 24.06 (Bremen, Niedersachsen, Sachsen-Anhalt und Thüringen) bis zum 13.09 (Bayern). In genau dieser Zeit finden unsere Business-Seminare statt. Die maximale Teilnehmerzahl ist bei den Veranstaltungen auf 12 begrenzt, um den optimalen Trainingserfolg gewährleisten zu können.

Begrenzung der Teilnehmerzahl je Veranstaltung auf maximal 12 Teilnehmer.

In diesem Jahr bieten wir Veranstaltungen für Vertriebsprofis an: Vertriebsleiter und Key-Account-Manager.

Werden Sie Teilnehmer der HCH Sales Summer School 2010 und treffen Sie Kollegen aus Ihrem Berufsbild in einer einzigartigen Lernatmosphäre. Öffnen Sie die Tür nachhaltig für Ihren beruflichen Erfolg.

Warum Sie sich unbedingt anmelden sollten

Erleben Sie exzellente Seminare und Workshops in kleinen Gruppen.

Genießen Sie die inspirierende Atmosphäre in kleinen Universitätsstädten in einem sommerlichen Umfeld.

Teilnehmer der HCH Summer School haben die Möglichkeit, Mitglied im „Verkaufsleiter-Forum“ zu werden, um Kontakt zu anderen Verkaufsleitern zu bekommen und zu halten und damit einen dauerhaften Wissensaustausch zu garantieren.

Knüpfen Sie Kontakte zu Teilnehmern mit unterschiedlichem akademischen und fachlichen Hintergrund.

Stellen Sie die Fragen, die Sie wirklich interessieren und weiterbringen - in einer Lernatmosphäre mit geringer Teilnehmerzahl ist auch Zeit für die ausführliche Beantwortung Ihrer Fragen.

Erweitern Sie Ihr Wissen durch Gespräche mit Teilnehmern bei gemeinsamen Abendveranstaltungen.

Optional können Sie Ihre Veranstaltung mit einer Prüfung abschließen: Geprüfter Verkaufsleiter (HCH) und Geprüfter Key-Account-Manager (HCH).

Aufgaben und Funktionen

1. Tag: Aufgaben und Funktionen im modernen Key-Account-Management für beratungsintensive Produkte

- Prinzipien und Strukturen des modernen Key-Account-Management
- Die Aufgaben- und Funktionsbereiche moderner Key-Account-Manager
- Persönliche Voraussetzungen des erfolgreichen Key-Account-Managements: Einstellung, Motivation und Fähigkeiten
- Zusammenarbeit mit anderen Unternehmensbereichen bei der Betreuung und Bearbeitung von Key-Accounts
- Strukturierung interner "Selling-Center" für Großabnehmer
- Entscheidungsstrukturen bei Großkunden
- Motivationshintergründe bei Investitionsentscheidungen
- Entscheidungsabläufe in der international ausgerichteten Beschaffung
- Bedeutung des Buying-Centers
- Formelle und informelle Kaufentscheider

Planungs- und Beratungstechniken

2. Tag: Planungs- und Beratungstechniken

- Durchführung von Key-Account-Analysen
- Entwicklung von Kontakthanbahnungs-Strategien
- Aufbau eines Beziehungsnetzes
- Aufbau und Entwicklung von Großkunden-Bearbeitungsprogrammen
- Entwicklung eines Key-Account-Portfolios
- Aufbau von Kundenentwicklungsthemen: Einsatz von Value-Added-Konzepten
- Offer-Screening im Großkundenvertrieb
- Chancen- und Risikoanalyse bei Ausschreibungen
- Identifikation der Einkaufsentscheider, Bewertung der Auftragswahrscheinlichkeiten und Konzeption von Angebotsalternativen
- Abwehrstrategien gegenüber Konkurrenzangeboten
- Dramaturgie der Angebotsphase bei Key-Accounts
- Anforderungen an Angebotsunterlagen und Einsatz verkaufsunterstützender Medien
- Einsatz von Wirtschaftlichkeitsanalysen sowie Kosten- und Nutzenberechnungen
- Teamwork bei Angebotspräsentationen

Verhandlungsführung im Großkundengeschäft

3. Tag: Erfolgreiche strategische und taktische Verhandlungsführung im Großkundengeschäft

- Emotionaler und sachlicher Vertrauensaufbau bei Großkunden-Verhandlungen
- Kontaktgewinnung, Gesprächseinstieg und Vertrauensbildung
- Entwicklung von Gesprächsleitfäden
- Gesprächssteuerung durch Fragen und Zuhören: Einsatz von Fragetechniken
- Auseinandersetzung mit Kaufwiderständen und Einwänden
- Nutzen- und Risikoargumentation: USPs richtig setzen
- Führung von Preisverhandlungen mit Key-Accounts
- Analyse des Preisgefüges sowie Argumentation des Angebotspreises
- Kaufmotivierende Konditionen: Techniken des Konditionenverkaufs
- Preisverteidigungs-Argumentation bei Konkurrenz-Preisangeboten
- Abschluss von Aufträgen im Großkunden-Geschäft
- Erreichen von Kundenzugeständnissen bei Gegenleistungs- und Nachlaßforderungen
- Psychologisch richtiges Verhalten in der Abschlussphase
- Durchsetzung von Auftragsweiterungen
- "Sicherung" des Kunden nach Vertragsabschluss durch Auftragsnachsorge-Maßnahmen

Produkt-, Kunden- und Gebietscontrolling

4. Tag: Produkt-, Kunden- und Gebietscontrolling für Key-Account-Manager

- Grundlagen der Kostenrechnung als Basis des Unternehmenscontrollings: Einzel- und Gemeinkosten, fixe und variable Kosten, Stückkosten und Grenzkosten, Kostenarten-, Kostenstellen und Kostenträgerrechnung
- Verfahren zur Preisbildung in der Industrie und im Handel: Voll- und Teilkostenrechnung, Zuschlagskalkulation, Kalkulationsaufschlag, Bruttoaufschlag, Handelsspanne und Bruttospanne
- Systemaufbau der Deckungsbeitragsrechnung und dessen Anwendungsgebiete im Key-Account-Management
- Analyseverfahren zur Beurteilung von Produkten, Kunden und Gebieten
- Markt- und Kundenanalyseverfahren, u.a. ABC- und Portfolio-Analysen
- Break-Even-Analyse und Pay-off-Periode als Argumentationshilfe bei schwierigen Key-Accounts
- Erfolgsplanung und Kontrolle von Produkten, Kunden und Gebieten
- Steuerung der eigenen Aktivitäten mit Soll-Vorgaben und Kennzahlen
- Erstellung, Pflege und Beurteilung gebietsrelevanter Kennzahlen, wie z.B. Umsatzveränderungen, Durchschnittsumsätze, Deckungsbeiträge, Kosten im Gebiet etc.

Betriebswirtschaftliche Argumentation

5. Tag: Erfolgreich verkaufen und argumentieren mit betriebswirtschaftlichen Begriffen, Kennziffern, Formeln und Fakten

- Argumentation mit Deckungsbeiträgen
- Rabatte aus betriebswirtschaftlicher und psychologischer Sicht
- Verkaufserfolge mit der DPR (Direkte-Produkt-Rentabilität)
- Die Top-Kennzahlen des Unternehmers: Rentabilität, Produktivität, Wirtschaftlichkeit, Liquidität, Cash-Flow, EBIT, EBITDA etc.
- Wichtige Vertriebs-Kennzahlen zur Argumentation beim Kunden
- Daten und Fakten bei Handel und Industrie: Umgang mit Statistiken als Argumentationshilfsmittel
- Marktforschung und Statistik
- Tricks der Einkaufs-Controller: Die Zahlen und Methoden der Einkäufer
- Die Interessen der Einkäufer: Limit-Planungen und Motive
- Der Stellenwert der Preisverhandlung: Entkräften von Preiseinwänden mit Hilfe der BWL
- Abschlussprüfung

Seminartermine und Teilnahmegebühr

Seminartermine und -orte

19. bis 22. Juli 2010 in Göttingen
9. bis 13. August 2010 in Heidelberg

Zeiten

Montag bis Freitag jeweils 9:00 bis 17:00 Uhr

Teilnahmegebühr

€ 2.650,00 + MwSt je Teilnehmer
ab 2 Teilnehmern 10% Nachlass = € 2.385,00 + MwSt je Teilnehmer
ab 3 Teilnehmern 15% Nachlass = € 2.252,50 + MwSt je Teilnehmer
inkl. Mittagessen, Pausengetränke und Arbeitsunterlagen

Veranstalter

Heckl Consulting Hamburg
Werderstrasse 58, 20149 Hamburg / Harvestehude
Telefon +49 40 4104643
Fax +49 40 448597
info@heckl-consulting.de
www.heckl-consulting.de

Anmeldung

Bitte verwenden Sie für Ihre Anmeldung, wenn möglich das beiliegende Anmeldeformular. Anmelden können Sie sich per Post oder Fax mit diesem Formular oder formlos per Telefon oder eMail (Adresse siehe oben).

Für diese Veranstaltung besteht aus fachlichen Gesichtspunkten eine Begrenzung der Teilnehmerzahl auf 12 Personen. Die Anmeldungen werden in der Reihenfolge des Eingangs gebucht. Die frühzeitige Anmeldung sichert Ihnen Ihren Seminarplatz. Bitte leiten Sie das Programm an Interessenten in Ihrem Unternehmen weiter.

Veranstaltungsorte und Übernachtung

Mit der Anmeldebestätigung teilen wir Ihnen die Adresse des Seminarhotels mit. In den jeweiligen Hotels stehen reservierte Zimmerkontingente zur Verfügung. Reise- und Übernachtungskosten sind nicht Bestandteil der Seminargebühr. Wünschen Sie ein Komplettangebot (All-Inklusiv-Rechnung), so sprechen Sie uns darauf gesondert an.

Rechnung

Nach Anmeldung erhalten Sie eine Rechnung. Diese muss bis zum Veranstaltungsbeginn bezahlt sein. Erfüllungsort für beide Teile ist Hamburg.

Absagen

Bei Absagen bis vier Wochen vor Seminarbeginn wird eine Bearbeitungsgebühr je Teilnehmer von € 100,00 + MwSt berechnet. Bei Absagen bis zwei Wochen vor Seminarbeginn ist die halbe Seminargebühr fällig. Bei späteren Absagen bzw. Nichterscheinen zum Seminar ist die volle Teilnahmegebühr zu bezahlen. Ein Ersatzteilnehmer kann selbstverständlich benannt werden.

Inhouse

Dieses Seminar können Sie auch als Inhouse-Training buchen. Fordern Sie Ihr unverbindliches Angebot an. Buchungsnummer 2010-04-18



Ja, ich melde mich für die Teilnahme am Crashkurs 2010-04-18 an.

Geprüfter Key-Account-Manager

Gewünschten Termin bitte ankreuzen:

19. bis 22. Juli 2010 in Göttingen

9. bis 13. August 2010 in Heidelberg

Teilnahmegebühr € 2.650,00 + MwSt je Teilnehmer

Firma (Branche)

Vor- und Zuname

Abteilung und Funktion

Adresse (Straße, PLZ, Ort)

Telefon (Telefon, Mobil, Fax)

eMail

Rechnungsadresse

Datum und Unterschrift

Bitte verwenden Sie für Ihre Anmeldung, wenn möglich dieses Anmeldeformular.

**Anmelden können Sie sich per Post oder Fax mit diesem Formular
oder formlos per Telefon oder eMail bei:**

Heckl Consulting Hamburg
Werderstrasse 58, 20149 Hamburg / Harvestehude
Telefon +49 40 4104643
Fax +49 40 448597
info@heckl-consulting.de