

# Der Key Account Manager



Instrumente und Verkaufstechniken für Ihren Geschäftserfolg!

## Erfolgsfaktoren und Strategische Ziele im Key Account Management

- ◆ Neue B2B-Studie weist den Weg zu erfolgreicherem Key Account Management
- ◆ Strategiezyklen, Trends und Status-Quo im Key Account Management
- ◆ Qualität Ihres Verkaufsprozesses

## 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
- ◆ Kundenzufriedenheit erreichen

### Ihr Praxis-Plus:

- ✓ Sie setzen das Erlernte in Übungen um!
- ✓ Sie profitieren vom Praxisbericht der Linde AG!
- ✓ Sie erhalten konkrete Tipps und Empfehlungen von unseren Experten!

Ihre Experten:

Andreas Mühlberger  
KeyLargos Unternehmensberatung

Andreas Stammerjohann  
Linde AG Linde Gas Division

So beurteilen ehemalige Teilnehmer das Seminar:

- ◆ „Die Referenten sind sehr kompetent. Sie haben uns das erforderliche KAM-Rüstzeug sehr gut erläutert!“
- ◆ „Klasse Seminar. Ich habe alle Aspekte eines systematischen Key Account Managements erhalten!“

Bitte wählen Sie Ihren Termin:

22. und 23. Oktober 2009 in Frankfurt/M.

1. und 2. Dezember 2009 in München

18. und 19. Januar 2010 in Düsseldorf

Hoher Lernerfolg durch begrenzte Teilnehmerzahl!

  
**MANAGEMENTCIRCLE®**  
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 als Teilnehmer

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

- Vorstellung neue 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
- Umgang mit der Aussage: „Wettbewerb hat besseren Preis oder bessere Lösung“
- Unterschiede aus Anbietersicht 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

- Verschiedene 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
- Kunden systematisch richtig einschätzen

## 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!

### Nutzen richtig adressieren



- Nutzendefinition
- Personenspezifischer Nutzen
- Nutzen im Wandel der Zeit
- Inhalte und Aufbau einer erstklassigen Nutzaussage
- 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 Nutzen 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

### Handwerkszeug gezielt einsetzen



- Kundenanalyse
- A-B-C-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

## Global Business – International Account Management



- Intro Global Business
  - Globalisierung: Ursachen, Trends, Drivers
  - Veränderungen der Anforderungen und Organisationen
- Linde Präsentation
  - Linde Gas - die Schritte zur neuen Organisation
  - International Accounts Organisation in der Linde Gas Division
- Business Strategien und Terminologie
  - Organisation
  - Aufgaben des Global Key Account Managers
  - Profil eines Global Key Account Managers
- Legal: Rahmenverträge, Agreements, LOI
- Tools
  - Datenbank
  - Workflow
  - E- Business
- Kundenfälle an Hand von typischen Beispielen
  - Reaktiver Ansatz
  - Proaktiver Ansatz
- Summing up

Andreas Stammerjohann  
Manager International Accounts,  
**Linde AG Linde Gas Division**, Höllriegelskreuth

## 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

### Seminarzeiten

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

	Beginn des Seminars	Gemeinsames Mittagessen	Ende des Seminartages
1. Seminartag	9.30 Uhr	13.00-14.30 Uhr	ca. 18.30 Uhr
2. Seminartag	9.00 Uhr	12.30-13.45 Uhr	ca. 18.00 Uhr

Am Vormittag und am Nachmittag sind Kaffee- und Teepausen in Absprache mit dem Seminarleiter und den Teilnehmern vorgesehen.

## Zum Seminarinhalt

Die optimale Betreuung von Schlüsselkunden durch professionelles Key Account Management ist von strategischer Bedeutung für Ihr Unternehmen und sichert entscheidende Wettbewerbsvorteile. Ziel ist die **systematische Erschließung, Ausschöpfung, aber auch die Verteidigung von Umsatzpotenzialen**. Erfolgreiches Key Account Management ermöglicht Ihnen die Sicherung und das Wachstum Ihrer Umsätze und Deckungsbeiträge.

**Erlernen Sie die Anforderungen an einen erfolgreichen Key Account Manager für den Aufbau und die Pflege langfristiger Geschäftsbeziehungen zu Ihren Schlüsselkunden!**

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

Die Umsetzung neuer Geschäftsmöglichkeiten ist die Königsdisziplin im Vertrieb. Hierzu verbessern Sie Ihre Vorgehensweisen, um Geschäftsmöglichkeiten aktiv zu suchen, zu erkennen und zu Umsatz zu entwickeln. **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.

### 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.

Im zweiten Teil lernen Sie einschlägige Methoden im Key Account Management kennen. Hierzu gehören u.a. die SWOT-Analyse, das Scoring-Modell zur Kundenanalyse, der Elevator Pitch, die Analyse der Entscheidungsstrukturen beim Kunden, die Portfolio-Analyse, die Share of Wallet-Analyse und die Erstellung und Bearbeitung von Account Plänen.

### 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.

### 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.

Anette Neuberger



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

### Andreas Mühlberger

ist Geschäftsführer der **KeyLargos Unternehmensberatung** 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 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.

### Andreas Stammerjohann

ist Manager International Accounts bei der **Linde AG**, Linde Gas Division in Höllriegelskreuth. In dieser Position ist er u.a. hauptsächlich für internationale Anfragen zu Konditionen und Services, für die Großkundenbetreuung und die Entwicklung von „selected International Accounts“, internationale Rahmenverträge sowie für die Schulung von Mitarbeitern des Global Teams zuständig. Nach seinem Studium der Produktionstechnik trat Andreas Stammerjohann im Jahr 1989 in den Linde Konzern ein. Hier hatte er unterschiedliche Vertriebsfunktionen inne.

## AUCH ALS INHOUSE TRAINING

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

Zu allen Themenbereichen 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.



**Christian Menzel**

Tel.: 0 61 96/47 22-644

E-Mail: [menzel@managementcircle.de](mailto:menzel@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 Management.**
- Es vermittelt und **intensiviert die Kernkompetenzen für 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

### 22. und 23. Oktober 2009 in Frankfurt/M.

Tryp Hotel Frankfurt, Braunfelsstraße 17/Opelrondell, 60486 Frankfurt/M.  
Tel.: 069/70730-0, Fax: 069/70730-333  
E-Mail: tryp.frankfurt@solmelia.com

### 1. und 2. Dezember 2009 in München

Fleming's Hotel München Schwabing,  
Leopoldstraße 132-134, 80804 München  
Tel.: 089/206090-0, Fax: 089/206090-999  
E-Mail: muenchen@flemings-hotels.com

### 18. und 19. Januar 2010 in Düsseldorf

Renaissance Hotel Düsseldorf, Nördlicher Zubringer 6, 40470 Düsseldorf  
Tel.: 0211/6216-0, Fax: 0211/6216-666  
E-Mail: rhi.dusrn.sam@renaissancehotels.com

### Zimmerreservierung

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. Die Anfahrtsskizze erhalten Sie zusammen mit der Anmeldebestätigung.

**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 € 79,-** 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 € 1.795,-. 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 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: 4500

- 22. und 23. Oktober 2009 in Frankfurt/M.** 10-62651
- 1. und 2. Dezember 2009 in München** 12-62652
- 18. und 19. Januar 2010 in Düsseldorf** 01-62653

1	NAME/VORNAME
	POSITION/ABTEILUNG
2	NAME/VORNAME
	POSITION/ABTEILUNG
3	NAME/VORNAME
	POSITION/ABTEILUNG
	FIRMENNAME
	STRASSE/POSTFACH
	PLZ/ORT
	TELEFON/FAX

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

### Warum Ihre E-Mail-Adresse wichtig ist!

Sie erhalten so schnellstmöglich eine Bestätigung Ihrer Anmeldung, damit Sie den Termin fest einplanen können.

E-MAIL  
(MIT NENNUNG MEINER E-MAIL-ADRESSE ERKLÄRE ICH MICH EINVERSTANDEN, ÜBER DIESES MEDIUM INFORMATIONEN DER MANAGEMENT CIRCLE GRUPPE ZU ERHALTEN.)

DATUM \_\_\_\_\_ UNTERSCHRIFT \_\_\_\_\_

ANSPRECHPARTNER/IN IM SEKRETARIAT: \_\_\_\_\_

ANMELDEBESTÄTIGUNG BITTE AN: \_\_\_\_\_ ABTEILUNG \_\_\_\_\_

RECHNUNG BITTE AN: \_\_\_\_\_ ABTEILUNG \_\_\_\_\_

**Datenschutz-Hinweis:** Sie können bei uns der Verwendung Ihrer Daten widersprechen, wenn Sie in Zukunft keine Prospekte mehr erhalten möchten. (§28 VI BDSG)

## 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/10-62651](http://www.managementcircle.de/10-62651)**

Postanschrift: **Management Circle AG  
Postfach 56 29, 65731 Eschborn/Ts.  
Telefonzentrale: + 49 (0) 61 96/47 22-0**