

Einleitung: Unsere Erfahrungen aus internen und externen Kursveranstaltungen zeigen, dass bei vielen Teilnehmern Grundlagenwissen fehlt und/oder bezüglich Umsetzung erfolgreicher Vorgehensweisen Unsicherheit besteht. Wir haben uns daher entschlossen die **Kursdauer um einen Tag zu verlängern – bei gleichbleibenden Kurskosten!**

Kundensicherung

Hauptumsatz-Anteil mit immer weniger Kunden!

Noch vor wenigen Jahren hatte die **Formel «80:20»** Gültigkeit. Sie besagte, dass die meisten Firmen ca. 80% des Umsatzes mit ca. 20% aller Kunden erzielen.

Durch die massiven Veränderungen innerhalb der «Märkte» ist heute erkennbar, dass sich dieses Verhältnis noch mehr verschieben wird. Diese Entwicklung beinhaltet für Lieferfirmen (*Anbieter*) grosse Gefahren! Schon der Verlust eines einzigen Key Accounts kann das Erreichen der Umsatz- und Ertragsziele nachhaltig in Frage stellen.

Schlüsselkunden- / Key Account Management

Die Reaktion der Anbieter auf diese Entwicklung heisst **Key Account Management**. Key Account Management (KAM) ist eine **individuell** auf die «**Bedürfnisse**» des **Grosskunden ausgerichtete Strategie**. Dabei werden diesem Leistungspakete angeboten, welche ihm prozess-gerichtete oder unternehmerische Vorteile bieten. Aus dieser Erklärung geht hervor, dass Lieferant und Kunde eine Zusammenarbeit anstreben, welche gegenseitige **WIN-WIN-Situationen** schafft. Dabei werden Lieferanten zu **strategischen Partnern** des Kunden. Die Erarbeitung und Implementierung einer KAM-Strategie ist anspruchsvoll und erfordert wesentliche Grundkenntnisse, sowohl von den Marketing-Mitarbeitern aller Stufen, als auch von den künftigen Key Account-Managern.

Der **Key Account Manager** steht im Mittelpunkt aller Anstrengungen um den Key Account. In seiner Spezialisten-Rolle muss er befähigt sein Kunden-Erfolgs-Sicherung zu betreiben und zugleich die Interessen seiner Firma in die Beziehung einzubringen. Um diese zentrale Funktion innerhalb der **Grosskunden-Sicherung** verantwortlich auszuüben, muss ein umfassendes Grundlagenwissen vorhanden sein. Diese Feststellung wird noch unterstrichen, wenn berücksichtigt wird, dass der Key Account Manager in der Lage sein muss **pro Kunde** individuelle **Marketing- und Entwicklungspläne** zu erstellen.

Unser Lehrgang vermittelt ein umfassendes Wissen in allen Bereichen und vertieft die Kenntnisse durch Checklisten und Vorgehens-Beschreibungen, welche zusammengefasst in einem Kompendium die Absolventen über den Kurs hinaus unterstützen.



7-tägiger Ausbildungslehrgang:
Key Account Management
Key Account Manager



Unsere Kompetenz beruht auf jahrelanger praktischer Erfahrung

▲ Ausbildungslehrgang Key Account Management / Key Account Manager

Dieser Lehrgang bildet eine logische Fortsetzung innerhalb unseres umfassenden Aus- und Weiterbildungsangebotes. Weil Key Account Management vorab Teamarbeit ist, sprechen wir mit diesem Lehrgang sowohl jenen Personenkreis an, welcher für die **Implementierung** eines **Key Account Managements verantwortlich** ist, als auch Damen und Herren, welche sich auf die Aufgabe eines **Key Account Managers** vorbereiten müssen. Die gemeinsame und schrittweise Erarbeitung der Vorgehen, wo immer wieder auf die **Gegebenheiten / Praxis** des **Unternehmens des/der Teilnehmer/innen** zurückgegriffen wird, erleichtert es schon während der Ausbildung ein Key Account Management Team zu bilden, das von einer gleichen Wissensbasis ausgehend das Gelernte anschliessend erfolgreich umsetzen kann.

Bei der Ausbildung / Methodik stützen wir uns auf unsere jahrelange Erfahrung aus unserer Beratertätigkeit. Sie hat es ermöglicht einen Lehrgang zusammenzustellen, der es erlaubt individuell auf die Branche und Firma der Kursteilnehmer/innen einzugehen. Die praxisbezogene Kursdurchführung – kombiniert mit der Kursmethode – garantiert einen effizienten Lerntransfer. Ergänzt wird beides durch umfassende **Kursunterlagen** mit konkreten **Anleitungen, Analyseformularen, Account-Plänen** und **Checklisten**, welche den Absolventen/innen über den Kurs hinaus als Nachschlagewerk dienen.

▲ Der Kursaufbau und die Kursmethode

Der Lehrgang ist anspruchsvoll, fordert die Absolventen dauernd zur aktiven Mitarbeit auf und umfasst gesamthaft 7 Kurstage, aufgeteilt in 3 Kursblöcke zu 2x2 und 1x3 Tagen. Zwischen den Kursblöcken (jeweils unterbrochen durch ca. 14 Tage) lösen die Teilnehmer themenbezogene **Aufgaben**. Dabei verfolgt der Kurs das Ziel: **Erarbeitung eines Konzeptes für die eigene Unternehmung** (die der Teilnehmer/innen). Anlässlich der Lösungspräsentationen und der anschliessenden Diskussion im Plenum, werden Hinweise für allfällige Ergänzungen oder Korrekturen gegeben.

Der **Kursleiter unterstützt** die Absolventen direkt, indem er die jeweiligen Lösungsschritte innerhalb der Fallübungen überwacht, die Aufgabenlösungen (*schrittweise Entwicklung eines Key Account Management-Konzeptes für die eigene Unternehmung*) kontrolliert und Korrekturhinweise gibt.

Am Kursende umfasst das Kurskompendium zusammen mit den Aufgabenlösungen eine umfassende Ausgangslage, welche es den Absolventen ermöglicht das Gelernte erfolgreich praktisch zu realisieren.

▲ Zielgruppe / Teilnehmer

Eingeladen zur Kursteilnahme sind alle Personen, welche sich mit der Einführung eines erfolgsgerichteten Key Account Managements befassen. Ebenso Damen und Herren, welche sich auf die Übernahme der Aufgabe eines Key Account Managers vorbereiten wollen.

Folglich richtet sich dieser Kurs an **Geschäftsführer, Marketing- und Verkaufsleiter, Projektmanager** und **Ausbildungswillige** welche künftig die ansprechende Aufgabe eines **Key Account Managers** übernehmen wollen, oder an Key Account Manager, welche ihre Aufgabe künftig **erfolgreicher / umfassender** ausüben wollen.



▲ **Kursinhalt**

Wir beschränken uns nachstehend auf die Haupttitel. Zusätzliche Auskünfte erteilen gerne die Seminarorganisation und auch die Kursleiter.

Inhaltsangaben:

- **Grundlagen einer Key Account Management-Strategie Management?**
- **Aufgabe des Key Account Managements**
- **Analyse der vorhandenen Ressourcen und Kernkompetenzen sowie der Leistungsbereitschaft und Erwartungshaltung**
- **Kundenanalyse und Möglichkeiten einer KAM-Umsetzung**
- **Strategie- und Konzeptansatz**
- **Inhalte einer Kooperationsstrategie**
- **Das KAM-Leistungspaket / KAM-Leistungsstufen**
- **Akquisition von potenziellen Schlüsselkunden**
- **Marketing / notwendige Grundlagen-Kenntnisse**
- **Strategie-Entwicklung von unten nach oben**
- **Die Erfolgsfaktoren in der Führung der TOP-Accounts**
- **Inhalte eines «individuellen» Kundenkonzeptes**
- **Organisation / Stellung innerhalb der Unternehmung / gegenüber dem Kunden**
- **Aufgabenstellungen des Key Account Managers**
 - **Pflichtenheft**
 - **Verantwortungsbereich**
 - **Kontaktanbahnung und -pflege**
 - **Beziehungspositionen transparent machen**
 - **Zielsetzungen formulieren**
 - **Entwicklung einer angepassten Strategie**
 - **Potenziale erkennen und Entwicklung festlegen**
 - **Aktionsplan für Anlässe und Fördermassnahmen allgemein**
 - **Betreuung und Controlling / Intervention**
- **Die Wertschöpfungskette und Customer Value added**
- **Die Erfolgsrechnung als Konzeptbestandteil**
- **KAM-Reporting**
- **Key Account Teams / Teamarbeit**
- **Management aller wichtigen Informationen im Zusammenhang mit Kunden und Branche.**

Innerhalb der einzelnen Themenbereiche befinden sich Fallübungen und Aufgabenstellungen, welche sich auf die Firma des Teilnehmers / der Teilnehmerin beziehen und von diesen gelöst werden müssen. Entsprechend erarbeiten die Teilnehmer einen individuellen Konzeptansatz.



▲ **Kursdaten Ganztages-Lehrgang** (7 Tage, aufgeteilt in 3 Kursblöcke)

1. **Kursblock I:** DO 28. – FR 29. Juni
Kursblock II: MO 2. – DI 3. Juli
Kursblock III: MO 9. – MI 11. Juli 2007

oder

2. **Kursblock I:** DO 23. – FR 24. August
Kursblock II: DO 6. – FR 7. September
Kursblock III: MI 19. – FR 21. September 2007

Weitere Daten auf Anfrage.

▲ **Kursorte / Kurssprache**

Aarau, Frauenfeld, München, Stuttgart.

Eine allfällige Verlegung oder Zusammenfassung bleibt vorbehalten.

Der Kurs wird bei Bedarf in schriftdeutscher Sprache durchgeführt.

▲ **Kurskosten**

Für 7 Tage, exkl. Unterkunft und Verpflegung CHF 4'500.-- / € 2'800.--. Im Kursgeld enthalten sind die umfassenden Unterlagen mit vielen Anleitungen und Checklisten, welche über die Kursdauer hinaus die Absolventen bei der praktischen Umsetzung unterstützen.

*Auf die Kosten eines **zweiten Kursteilnehmers** der gleichen Firma erfolgt eine **Ermässigung** von 15%, wenn beide Teilnehmer die Fallübungen und Aufgaben im Team bearbeiten.*

*Für **mehrere Teilnehmer** (mehr als 2) der **gleichen Firma** erfolgt ein Preisnachlass nach Absprache.*

▲ **Kursausweis / Zertifikat**

Alle Teilnehmer, die das Ausbildungsziel erreichen erhalten das **imp**-Kursdiplom.

Um den Wert des Kurszertifikates zu schützen, behalten wir uns vor, bei NICHT-Erreichung des Ausbildungszieles nur eine Kursbestätigung auszustellen.

▲ **Anmeldung**

Nehmen wir telefonisch unter +41 (0)52 245 13 00 oder via Fax / E-Mail mittels beiliegendem Anmeldeformular entgegen.

Die Berücksichtigung erfolgt in der Reihenfolge des Anmeldungseingangs.

▲ **Weitere Auskünfte**

Falls Sie zum Kurs oder zur Teilnahme noch fragen haben, rufen Sie uns bitte an unter +41 (0)52 245 13 00. Der zuständige Kursleiter erteilt Ihnen gerne eingehende Auskünfte.

Diese Unterlage hat Sie eingehend über den Lehrgang Key Account Management / Key Account Manager informiert.

Neben der Betreuung von Schlüssellkunden, müssen auch die Verkäufer einen Quantensprung in ihrer Entwicklung vornehmen, um sich in den veränderten Märkten und im harten Wettbewerb durchzusetzen.

Verlangen Sie dazu die Kursausschreibung «Konzept-Verkauf / Mehrwert-Verkauf», oder öffnen Sie diese unter www.imp-ag.ch Button «Verkaufsseminar».

Beilage zur Ausschreibung:

Das ist praxisnahe Ausbildung im Key Account Management

Die nachstehenden Angaben erklären - WARUM / durch WAS – wir Praxisnähe garantieren!

Auf die Branche, das Unternehmen (der Teilnehmer) und die wirtschaftlichen Rahmenbedingungen eingehen

- **Beispiele aus der Praxis, Erklärungen zu den Lerninhalten** (am Beispiel Unternehmen / Branche)
- **Konzeptarbeit** (schrittweise Umsetzung der Lerninhalte in ein Konzept für das eigene Unternehmen)
- **Unterstützung / Führung** (alle Teilarbeiten / Lösungen werden mit den Teilnehmern kontrolliert)

Jede Branche hat ihre eigenen Gegebenheiten und jedes Unternehmen seine u.U. ganz spezielle Situation. Über allem stehen die unterschiedlichen Auswirkungen der wirtschaftlichen Rahmenbedingungen.

Der Aufbau dieses Lehrganges berücksichtigt diese Unterschiede. Innerhalb der Erklärungen zum Thema, werden laufend Beispiele aus den im Kurs vertretenen Branchen und Firmen erörtert, respektive die Absolventen bearbeiten Themen aus ihrer Sicht.

Der schlussendliche Vollzug zur Praxis wird durch die Einzel- / Gruppenlösungen sichergestellt. Dabei erarbeiten die Kursteilnehmer schrittweise ein Konzept für das eigene Unternehmen.

Die Kursleiter kontrollieren die Lösungen, unterstützen, korrigieren und stellen sicher, dass alle Teilnehmer das Lernziel erreichen.

Dieses Vorgehen wird durch die strikte Limitierung der Teilnehmeranzahl sichergestellt.

Die spezielle Situation des Unternehmens berücksichtigen

- **Ziele des Unternehmens**
- **Vorgaben und Richtlinien**
- **Stärken und Schwächen** (in Konkurrenzvergleich)
- **Strategische Erfolgspositionen**
- **Möglichkeiten**

Das Unternehmen des / der Kursteilnehmer/Innen bildet Ausgangslage für alle Teilarbeiten und führt schliesslich zu einem vollständigen Konzept.

Entsprechend der Situation des Unternehmens (*Wettbewerb, Mittel, Marketing*) werden alle Übungen und Aufgaben durchgeführt und gelöst. Diese schrittweise Erarbeitung des notwendigen Wissens – immer verbunden mit einem direkten Praxisbezug – sichert sowohl den Lerntransfer, als auch den Weg, der bis zum Ende des Lehrganges zu einem massgeschneiderten Konzept für das eigene Unternehmen führt.

Gerade weil die Konzepterarbeitung immer wieder vor dem Hintergrund der Praxis aus dem eigenen Unternehmen erfolgt, gewinnen die Kursteilnehmer ein hohes Mass an Anwender-Sicherheit.

Auf die Voraussetzung des / der Kursteilnehmers/Innen eingehen

- **Wissen**
- **Erfahrung**
- **individueller Lernbedarf**
- **Unterstützung / Förderung**

Die Ausbildung ist eine anspruchsvolle Aufgabe, welche letztlich auch daran gemessen werden muss, ob sie das Ziel, den einzelnen Teilnehmer individuell zu fördern, erreicht hat.

Die Beschränkung der Teilnehmerzahl ermöglicht es, ein unterschiedliches Ausbildungs- / Wissensniveau zu berücksichtigen und alle Teilnehmer/Innen zusammen auf den Wissensstand zu bringen, welcher für die Erfüllung einer Aufgabe im Key Account Management erforderlich ist.

Die Kursmethode sichert den Lernerfolg

- Theorie
- Praxis
- Umsetzung
- Erfolgsaussichten

Wie bereits schon vorher erwähnt, verfolgt dieser Lehrgang ein höchstmögliches Mass an Praxisnähe. Entsprechend verlangt die Kursmethode von den Teilnehmern nach der Bearbeitung der einzelnen Themen immer wieder die praktische Umsetzung. Diese erfolgt in Form von Diskussionen, Einzel- / Gruppenübungen und vor allem auch in der schrittweisen Ausarbeitung des Key Account Management-Konzeptes für das eigene Unternehmen.

Weil die Systematik dazu anhält das Konzept logisch und folgerichtig mit dem vermittelten Wissen aufzubauen, kann der Wissensstand laufend kontrolliert und wo notwendig durch Repetitionen ergänzt werden.

Am Kursende erhalten alle Absolventen/Innen, welche das Ausbildungsziel erreicht haben, ein **Kurs-Diplom**. Anspruch darauf haben entsprechend jene Damen und Herren, welche ein umfassendes Konzept erarbeitet und dieses durch ein Modell für ein Kundenscoring, sowie die Vorlagen für einen Account-Plan ergänzt haben.

Das verstehen wir unter Praxisnähe und stellen uns damit der Herausforderung, dass unsere Kursleiter nicht nur über fundierte theoretische Fähigkeiten, sondern vor allem über umfassendes praktisches Wissen (**imp-Kursleiter verfügen über aktuelle Erfahrung aus der Beratungstätigkeit**) verfügen müssen.

Vor dem Hintergrund dieser praxisbezogenen Ausbildung, geben wir allen Kursabsolventen/Innen, welche das Ausbildungsziel erreichen, ein Kursdiplom ab. Wir tun dies, weil wir die Gewissheit haben diese Absolvent/Innen nachhaltig gut ausgebildet zu haben und im Wissen darüber, dass sie mit dem neuen Können in der Lage sind den Unternehmenserfolg zu steigern!

Wir danken Ihnen für Ihr Interesse und freuen uns, wenn Sie unserem Institut Ihr Vertrauen schenken.

Bitte beachten Sie: Wir führen unsere Kurse / Ausbildungslehrgänge auch firmenintern durch. Bitte verlangen Sie dafür ein Angebot.

 ... eröffnet Chancen und steigert den Erfolg!

... eröffnet Chancen und steigert den Erfolg!

7-tägiger Lehrgang: Key Account Management / Key Account Manager

| | |
|--|---|
| ANMELDUNG / TEILNEHMER | |
| Name: | Vorname: |
| Name: | Vorname: |
| Name: | Vorname: |
| ANMELDUNG ERFOLGT DURCH: | |
| Firma: | |
| Name: | Vorname: |
| Strasse/Nr: | PLZ / Ort: |
| Telefon: | Telefax: |
| eMail-Adresse: | Funktion: |
| Daten: 7 Tage, aufgeteilt in je 3 Kursblöcke (KB) 1 KB1: DO 28. – FR 29. Juni KB2: MO 2. – DI 3. Juli KB3: MO 9. – MI 11. Juli 2007 oder 2 KB1: DO 23. – FR 24. August KB2: DO 6. – FR 7. September KB3: MI 19. – FR 21. September 2007 | gewünschter Kursort: Aarau Frauenfeld München Stuttgart (Details jew. mit Bestätigung) mit Übernachtung ohne Übernachtung |

bitte Zutreffendes mit **X** kennzeichnen

Kurshonorar: CHF 4'500.-- / € 2'800.-- inkl. Kursdokumentation (farbig) mit vielen Checklisten und Anleitungen, exkl. Unterkunft und Verpflegung.
 Ab 2 Teilnehmern der gleichen Firma erfolgt eine Ermässigung von 15% (auf die Kurskosten des 2. Teilnehmers).
Bei mehr als 2 Teilnehmern der gleichen Firma bitten wir Sie die Teilnahmegebühren mit uns vorab abzuklären.
Das Kurshonorar versteht sich exkl. Unterkunft und Verpflegung – die Verrechnung der MwSt entfällt.

Nach Ihrer Anmeldung erhalten Sie von uns die schriftliche Anmeldebestätigung mit den Details zum jew. Kursort. Die Anmeldung ist verbindlich mit der Zahlung des Kurshonorars. Wir behalten uns vor Kurse abzusagen, wenn die Mindestteilnehmerzahl nicht erreicht wird, oder Kursorte / Kursdaten nach Rücksprache mit den angemeldeten Teilnehmern zu verschieben.

Bitte faxen an: +041 (0)52 245 13 01 (oder telefonisch anmelden unter +41 (0)52 245 13 00)
 oder via eMail an: institut@imp-ag.ch