

KAM Seminare | Ebert Kehne & Partner

Unser KAM Kompakt Seminar

‘Key Account Management Kompakt’

2-tägiges Seminar mit Vorabend

Zielgruppe

Junior Key Account Manager, KAM Supporter/Assistenz, Mitarbeitende, die den Schritt ins KAM planen

Vorgespräche

[telefonisch]

Vor dem Seminar ‘KAM Kompakt’ und nach dem Seminar gibt es einen Dialog zwischen den Teilnehmern und mir, der im Seminar-Preis inkludiert ist. In einem Kennenlern-Telefonat zwischen dem Teilnehmer und mir soll bisherige Entwicklung im Key Account Management besprochen werden und die Schwerpunkte in der Weiterentwicklung aufgezeigt werden:

- Wie sind die bisherigen Erfahrungen im KAM?
- Welche Branchenspezifikation beeinflussen sein KAM?
- Mit welchen Methoden wurde bisher gearbeitet?
- Herausforderungen / Probleme / Themen zur Bearbeitung

Zudem werden die Templates zum KEP [Kundenentwicklungsplan] angesprochen und an die Teilnehmer geschickt, um die nötigen Kunden- und Firmeninformationen im Seminar zur Verfügung zu haben.

Vorabend: ‘KAM Einführung intensiv’

Zeiten: 17:00 – 20:30 Uhr

Die wichtigsten Themen aus dem Seminar ‘KAM Einführung’ werden am Vorabend in komprimierter Form wiederholt, um allen Teilnehmern am KAM Kompakt Seminar einen inhaltlich vergleichbaren Einstieg zu gewährleisten:

- Veränderung der Handelslandschaft
- Digitalisierung
- Konzentrationsprozess
- Key Account Management 4.0
- Ebert’s Management-Kreis: Die 5 Stufen, um einen Key Account erfolgreich zu managen: Analyse – Planung – Umsetzung – Koordination – Controlling
- Was ist Category Management [CM] und welchen Nutzen haben Sie davon?
- Steuerungskennzahlen des Handels [u.a. Spanne, Rohertrag, Umschlag]

1. Tag: Strategische Vorbereitung im KAM: Kundenentwicklungsplan [KEP]

Zeiten: 9:00 – 18:00 Uhr

Sie sollten nicht nur den Einkäufer, sondern auch die strategische Ausrichtung und die Entscheidungsstrukturen bei Ihrem Key Account kennen.

Welche Chancen aber auch Bedrohungen gehen von Ihrem Key Account aus?

A. Strategisches Denken und Handeln im KAM

- Den Key Account strategisch managen [wie komme ich ans Ziel]
- Aufbau eines Kundenentwicklungssystems [KES] mit einem Info-Pool und einer entsprechenden Kundenentwicklungsplanung [KEP] pro Key Account

Seminarziel:

Mit Hilfe des Strategischen Planungs- und Vorbereitungssystems bessere Ergebnisse in der Kundenentwicklung erzielen.

B. Der Info-Pool: Kundenanalyse

- Key-Account-Profil
- Wettbewerber-Profil
- Hersteller-Profil
- Data Analytics [Nutzung des Internets, um valide Signale über den Kunden zu bekommen]

Seminarziel:

Definition von Daten für die optimale Key-Account-Steuerung und Durchleuchten des eigenen Unternehmens und seines Umfeldes [Key Account/Wettbewerber].

Ziel: Informationen für die SWOT-Analyse gewinnen

C. Der Kunden Entwicklungsplan [KEP]:

- Abgleich der Kundenstrategie und meiner eigenen Strategie für den Kunden
- Die SWOT-Analyse [Stärken – Schwächen – Chancen – Risiken] und die Suche nach Potenzialen
- Indicated Actions: Die gefundenen Potenziale in Ziele und Maßnahmen umsetzen

Seminarziel:

Der KEP wird an einem Kundenbeispiel aus dem Teilnehmerkreis von den Teilnehmern in den einzelnen Stufen mit mir als Coach gemeinsam entwickelt und besprochen. Zweck ist es, Methoden wie z.B. die SWOT in ihrem Ablauf und ihrer Wirkungsweise sehr praxisnah zu 'erleben' und zu verstehen, um den KEP danach an einem eigenen Kunden im Seminar in die Praxis umzusetzen.

D. SWOT-Leistungsanalyse

- Laufende Geschäfte mit dem Key Account analysieren
- Handelsmarketing [6-P] des Key Account analysieren
- Chancen und Bedrohungen erkennen

Seminarziel:

Mit Hilfe eines Praxisbeispiels Methoden in ihrer Anwendung verstehen und anwenden.

E. Konzeptentwicklung

- Ergebnisse der SWOT-Analyse in Ziele und Maßnahmen umsetzen [Indicated Actions]

Seminarziel:

Herausarbeiten von strategischen Schlüsselfragen:

- 'Was will ich beim Key Account erreichen?' [Ziel].
- 'Wie sollen diese Ziele erreicht werden?' [Strategie].
- 'Womit kann ich das erreichen?' [Maßnahmen].

F. Jeder KAM macht seine erste kundenindividuelle Vorbereitung

- Auf Basis o.g. Modellvorbereitung die strategische Vorbereitung exemplarisch durchführen

Seminarziel:

Aufbau einer individuellen strategischen Key Account-Entwicklung

G. KEP-Review: Der strategische KEP-Umsetzungsprozess

- Entwicklungsprozess des Kunden steuern
- Projektarbeit und Multifunktionale Teams
- Tool zur Vernetzung mit anderen firmeninternen Abteilungen und dem Vorgesetzten

Seminarziel:

Aufzeigen einer systematischen Selbststeuerung des Kunden. Selbstverantwortliche Teamarbeit; Action Learning.

2. Tag: Strategische Vorbereitung auf Verhandlungen

Zeiten: 9:00 – 15:00 Uhr

Sie erfahren, wie Sie Verhandlungen und Jahresgespräche gezielt und professionell vorbereiten, treten in Verhandlungen kompetenter und sicherer auf und erreichen erfolgreichere Abschlüsse

A. Führen von Verhandlungs- und Verkaufsgesprächen

- Überblick über Verhandeln im KAM
- Der KAM als Vermarktungsmanager muss in der Umsetzung mehr 'leisten' als ein 'normaler' Verkäufer, da er den Kunden 'ganzheitlich' managen muss.
- Grundlagen des Verhandeln und Vorbereitung auf die Verhandlung
- Der Verhandlungssextant mit 4 Ebenen:
 - Inhaltsebene und Beziehungsebene
 - VOR der Verhandlung
 - > Vorbereitung
 - WÄHREND der Verhandlung
 - > Verhandlungsführung
 - NACH der Verhandlung
 - > Dokumentation / Bestätigung / Ablage

B. Vorbereitung auf der Inhaltsebene

a. Strategische Verhandlungsvorbereitung [SVV]

- Ihre strategische Position in der Verhandlung
- Verhandlungsstrategie nach von Ebert, Kehne & Partner BDVT vorgegebenen Templates ausarbeiten
- Jeder Teilnehmer erarbeitet eine eigene Strategischen Verhandlungsvorbereitung [SVV]

Seminarziel:

Sich vor einer Verhandlung bewusst werden, mit welchen Zielen, Strategien und Maßnahmen ich vorgehen will.

b. Argumentationssystem

- Forderung definieren und stellen
- Einwandbearbeitung
 - Fragen, aber wie?
 - Einwandtraining
 - ArgumentationsNUTZEN aufbauen
 - BRINGER
 - HandelsNUTZEN
- Zugeständnisse formulieren und Kompensationen einfordern

Seminarziel:

Endziel des KAM ist es einen möglichst optimalen Konsens mit dem Einkäufer in Bezug auf die angestrebte Forderung zu erreichen. Schon die Formulierung kann hierfür entscheidend sein und hat großen Einfluss auf den Aufbau der Argumentation. Zugeständnisse zu machen ist eine Kunst, die gelernt werden kann. Aufzeigen, dass Einwände von Nutzen für den KAM sein können. Fragen hilft uns dabei, hinter den Einwand zu schauen.

C. Erfolgreiche Konzepte VOR der Verhandlung auf der Beziehungs-Ebene

a. Grundprinzipien unseres Mensch-Seins

- Wie funktioniert das menschliche Hirn?
- Spiegelneurone [Spiegelnerven]
- Wer steuert uns? Bewusstsein oder Unterbewusstsein
- Wertschätzung, Authentizität und Empathie sind die Eckpunkte für ein menschliches und positives Miteinander [Humanistische Psychologie]
- Die Macht der Gedanken – Quantenphysik
- Die Macht der Liebe

b. Psychologische Sales-Tools > Passform-Kommunikation

- Was ist Aktives Zuhören?
- Feedback und Metakommunikation
- Wer fragt, der führt
- Lösungsorientiertes Kommunizieren
- Auf gleiche Wellenlänge einschwingen
- Vierseitiges Sprechen und Hören
- Vertrauen gewinnen

Seminarziel:

Die sozial-kommunikativen Fähigkeiten erkennen und verbessern. Quellen von Beziehungsstörungen bewusst machen, um Verzerrungen des Einkäuferbildes zu vermeiden [WahrnehmungsfILTER]. Die wichtigsten psychologischen Verkaufstools kennen und anwenden können.

D. Mit differenzierter Verhandlungsführung zum Erfolg

Bei aller noch so intensiven und professionellen Vorbereitung entscheidet sich Ihr Erfolg letztendlich in den Verhandlungsführung bzw. im Jahresgespräch! Wir zeigen Ihnen, wie Sie Ihren persönlichen Verhandlungsstil differenziert einsetzen können und trainieren mit Ihnen die Umsetzung in der Praxis.

a. Die 5 Key-Thesen der Sales-Psychologie

- Die Qualität der Beziehung bestimmt in hohem Maße den Sachertrag
- Die Bedeutung einer Botschaft bestimmt niemals der Sender, sondern immer der Empfänger
- Der Empfänger einer Botschaft sollte die hinter der Äußerung liegende Innerung aufspüren, um so zu einem tieferen Verständnis zu gelangen
- Die Suche nach 'Wer hat angefangen?' generiert einen Teufelskreis von gegenseitigen Schuldzuweisungen
- Ihr Handeln in Verkaufsgesprächen wird weitgehend von ihrem eigenen 'Menschenbild' bestimmt

b. In den Vertrauensmodus kommen

- Gefahr einer hierarchischen Subjekt-/Objekt-Situation
- Auf 'Augenhöhe' kommen, um über eine 'belastbare' Beziehung auf der Sachebene erfolgreicher argumentieren zu können

Seminarziel:

'Hart in der Sache, sanft im Umgang'. Ausgewogenheit zwischen Vertrauens- und Verhandlungsmodus als eine erfolgreiche Verhandlungsstrategie erkennen und trainieren.

c. Differenziertes Verhandlungsverhalten

- Wie kann der KAM sich aus dem Dilemma zwischen einem zu harten oder einem zu kooperativen Verhandlungsstil befreien?
- Differenziertes Verhalten zwischen Aggression, Kooperation und Vermeidung
- Flexibel sein auf der Suche nach integrativen Potenzialen zur Konsensbildung

Seminarziel:

Aufzeigen, dass ein einseitiger Verhandlungsstil meist nicht zum gewünschten Resultat führt, sondern dass Flexibilität und Mut gute Partner für Erfolg sind.

d. Menschen sind verschieden [Einkäufer auch]

- Persönlichkeitsmodell
- Selbsteinschätzung
- Einkäufervorlieben und -abneigungen

Seminarziel:

Sensibilisieren für die Chancen, Risiken und Dynamiken, die im Kontakt mit dem Einkäufer entstehen können.

e. Durchführung der Verhandlungssimulation [Individualtraining/Trainingskarussell]

- In Rollenspielen an eigenen Praxisfall üben, durchsetzungsfähig zu verhandeln, ohne die Geschäftsbeziehung ernsthaft zu belasten
- In Verkaufsgesprächen mit dem Seminarleiter in den Vertrauensmodus kommen, bzw. versuchen auf die hinter der Äußerung sich befindende Innerung einzugehen
- Das Trainingskarussell bietet dabei die Möglichkeit, in komprimierter Form die Argumente mit wechselnden Partnern zu üben

Seminarziel:

Stärkung des verkäuferischen Selbstbewusstseins und Verhandlungsgeschickes. Die Übungen laden ausdrücklich dazu ein, Fehler machen zu dürfen, um aus ihnen zu lernen. Dazu gehört eine wertschätzende Feedbackkultur, geschaffen durch Trainer und Teilnehmer.

REVIEW

Nach dem Seminar hat jeder Teilnehmer die Möglichkeit in einem Zeitfenster von 60 Minuten

- per Telefon
- persönlich im Seminarraum
- via TEAMS

Themen, die bei der Nachbearbeitung, bei der Erfahrung in der Umsetzung beim Kunden oder im Unternehmen entstanden sind, mit mir zu besprechen. Ich werde Sie dann sehr individuell in diesem Bereich coachen bzw. stehe als Sparringspartner zur Verfügung.

Organisatorisches

Aktuelle Seminartermine	Siehe www.kamseminare.de
Anmeldung unter	0176 40 77 36 92 oder sima@kamseminare.de
Seminargebühr	€ 2.995,- plus MwSt. incl. Seminarunterlagen, Kaffee, Tee, Wasser, Obst sowie 2x Lunch
Seminarkleidung	Legere Kleidung
Veranstaltungsort	Kloster Schäftlarn 82069 Schäftlarn
Firmenadresse	Ebert, Kehne & Partner Inhaber: Norbert Sima Aufkirchnerstr. 41 82069 Hohenschäftlarn