

Hartmut Sieck

Der strategische (Key) Account Plan

Wie Sie im Key Account Management Kundenentwicklungspläne für Ihre wichtigen Schlüsselkunden professionell erstellen und gewinnbringend einsetzen

Inhalt

| | | |
|----------|---|-----------|
| 1 | WAS SIE VON DIESEM BUCH ERWARTEN KÖNNEN... | 8 |
| 2 | WARUM DER ACCOUNT PLAN IN JEDEN PROFIWERKZEUGKASTEN EINES ACCOUNT MANAGERS GEHÖRT..... | 11 |
| 3 | ACCOUNT PLAN IM ÜBERBLICK | 16 |
| 3.1 | WAS IST EIN ACCOUNT PLAN?..... | 16 |
| 3.1.1 | <i>Aufbau</i> | 17 |
| 3.1.2 | <i>Format</i> | 20 |
| 3.1.3 | <i>Speicherablage</i> | 21 |
| 3.1.4 | <i>Anwendungsbereiche</i> | 23 |
| 3.2 | WER ERSTELLT DEN PLAN?..... | 25 |
| 3.3 | FÜR WELCHE KUNDEN IST EIN ACCOUNT PLAN SINNVOLL? ... | 30 |
| 3.4 | WIE IST DER ACCOUNT PLAN IN DIE UNTERNEHMENSPROZESSE INTEGRIERT?..... | 33 |
| 3.5 | WAS SIND DIE KRITISCHEN ERFOLGSFAKTOREN? | 35 |
| 4 | DER STRUKTURIERTE ACCOUNT PLAN | 39 |
| 4.1 | DECKBLATT..... | 40 |
| 4.2 | MANAGEMENTZUSAMMENFASSUNG..... | 41 |
| 4.3 | KÜNDENANALYSE | 42 |
| 4.3.1 | <i>Kurzprofil und wichtige Kennzahlen</i> | 43 |
| 4.3.1.1 | <i>Kurzprofil</i> | 43 |
| 4.3.1.2 | <i>Branche</i> | 44 |
| 4.3.1.3 | <i>Internetadresse</i> | 45 |
| 4.3.1.4 | <i>Wichtige Kennzahlen</i> | 45 |
| 4.3.1.5 | <i>Gesellschafterstrukturen</i> | 48 |
| 4.3.1.6 | <i>Wichtige Beteiligungen</i> | 50 |
| 4.3.2 | <i>Top 3 Ziele und Projekte</i> | 52 |

| | | |
|----------|---|------------|
| 4.3.3 | <i>Einkaufsstrategie</i> | 60 |
| 4.3.4 | <i>Marktumfeld</i> | 63 |
| 4.3.5 | <i>Wettbewerbsumfeld</i> | 64 |
| 4.3.6 | <i>Schlüsselpersonen und Machtstrukturen</i> | 65 |
| 4.3.7 | <i>SWOT</i> | 74 |
| 4.3.8 | <i>Informationsquellen</i> | 78 |
| 4.4 | EIGENE POSITION | 80 |
| 4.4.1 | <i>Gewonnene und verlorene Projekte</i> | 81 |
| 4.4.2 | <i>Potenzialportfolio</i> | 83 |
| 4.4.3 | <i>Wahrnehmung des Kunden</i> | 87 |
| 4.4.4 | <i>Marktumfeld</i> | 90 |
| 4.4.5 | <i>Wettbewerbsumfeld</i> | 92 |
| 4.4.6 | <i>SWOT</i> | 94 |
| 4.5 | GESCHÄFTSENTWICKLUNG | 97 |
| 4.5.1 | <i>Mission</i> | 100 |
| 4.5.2 | <i>Top 5 Ziele – Strategien – Anforderungen</i> | 102 |
| 4.5.3 | <i>Finanzplanung</i> | 106 |
| 4.5.4 | <i>Schlüsselprojekte</i> | 108 |
| 4.5.5 | <i>Account Team</i> | 110 |
| 4.5.6 | <i>Beziehungsmanagement</i> | 115 |
| 4.5.7 | <i>Key Account Marketing</i> | 117 |
| 4.6 | AKTIONSPLAN | 122 |
| 4.7 | ÄNDERUNGEN IM ÜBERBLICK | 123 |
| 5 | ZU GUTER LETZT | 125 |
| | Der Autor | 127 |
| | Literaturverzeichnis | 128 |
| | Danksagung | 129 |
| | Register | 130 |