

# Inhaltsverzeichnis

<b>Vorwort</b> .....	5
<b>1 Key Account Management auf den Punkt gebracht</b> .....	11
1.1 Alle reden darüber, jeder meint etwas anderes ....	13
1.2 Modernes KAM – der Versuch einer allgemeingültigen Definition .....	17
1.3 Key Account Management und Flächenvertrieb – ein Vergleich .....	23
1.4 Sind KAM und Großkundenmanagement dasselbe? .....	25
1.5 Lean KAM – heute wichtiger denn je! .....	27
1.6 Selbstcheck: Sind Sie nur Kundenbetreuer oder doch schon proaktiv, mittelfristig, gestaltend und im Team unterwegs? .....	30
<b>2 Der Key Account Manager</b> .....	33
2.1 Rolle 1: der Verkäufer .....	35
2.2 Rolle 2: der Beziehungsmanager .....	38
<i>Modell 1: 1:1-Ansatz</i> .....	38
<i>Modell 2: 1:n-Ansatz</i> .....	39
<i>Modell 3: n:n-Ansatz</i> .....	40
2.3 Rolle 3: Führen eines virtuelles Teams .....	44
<i>Erfolgsfaktor Aufgaben und Verantwortlichkeiten im             Team sind klar definiert!</i> .....	49
2.4 Rolle 4: Informationsmanager .....	51
<i>Externes Informationsmanagement in Richtung             Key Account</i> .....	52
<i>Internes Informationsmanagement im eigenen             Unternehmen</i> .....	53
2.5 Rolle 5: Strategieplaner und -umsetzer .....	56
2.6 Der Key Account Manager als Outputmanager ...	57
2.7 In welcher Rolle verbringen Sie die meiste Zeit? ..	59
2.8 Der Key Account Manager Kompetenzencheck ...	60

<b>3</b>	<b>Der Key Account Plan</b>	<b>63</b>
3.1	Key Account Plan: Struktur, Format, Erfolgsfaktoren	65
	<i>Welche Aufgaben hat ein Key Account Plan?</i>	65
	<i>Wie sollte ein Key Account Plan strukturiert sein?</i>	66
	<i>Was sollte bei einem internationalen Account berücksichtigt werden?</i>	67
	<i>Welchen formalen Anforderungen sollte der Key Account Plan genügen?</i>	68
	<i>Wie umfangreich sollte ein Key Account Plan ausfallen?</i>	69
	<i>Wie häufig sollten Sie den Key Account Plan überarbeiten?</i>	71
3.2	Bevor wir starten: der 11-Punkte-Check für Ihre Potenzialeinschätzung	73
3.3	Neun Fragen, um einen Kunden systematisch zu analysieren	74
3.4	Buying Center-Analyse: ein Muss im Key Account Management	77
	<i>Mit neun Fragen zur Buying Center-Analyse</i>	80
	<i>Umsetzung im Key Account Plan</i>	85
3.5	Marktanalyse mit Sinn und Verstand	87
3.6	SWOT: richtig angewendet ein starkes Werkzeug	89
	<i>Was ist eine SWOT-Analyse?</i>	90
	<i>Wie setzen Sie die SWOT-Analyse im KAM ein?</i>	90
	<i>Fünf typische Fehler bei der Anwendung der SWOT-Analyse im KAM</i>	91
	<i>Wie nutzen Sie die SWOT-Analyse in einem Gespräch mit Ihrem Key Account?</i>	92
3.7	Blaue Ozeane: Was macht Sie eigentlich einzigartig?	93
	<i>Blaue Ozeane im Kundengespräch einsetzen</i>	96
3.8	Won Bid/Lost Bid: Warum kauft ein Kunde eigentlich bei Ihnen?	97
3.9	Ihre Key Account-Strategie: Ziele, Strategien und Maßnahmen sind drei paar Schuhe!	99
	<i>Mission (M)</i>	99
	<i>Objectives (O)</i>	100
	<i>Strategies (S)</i>	102
	<i>Tactics (T)</i>	105

<i>Exkurs: OKRs im Key Account Plan</i> . . . . .	105
<i>Requirements (R)</i> . . . . .	108
3.10 Ihr Plan für die nächsten 24 Monate . . . . .	109
<b>4 Die Umsetzung im Tagesgeschäft und beim Kunden</b> . . . . .	113
4.1 Strategisches Jahresgespräch . . . . .	115
<i>Vorbereitung</i> . . . . .	116
<i>Die richtige Struktur macht's</i> . . . . .	117
4.2 Kundentermine . . . . .	119
<i>Kundentermine professionell vorbereiten</i> . . . . .	119
<i>Kundentermine verkaufsorientiert strukturieren</i> . . . . .	121
<i>Ihre Unternehmenspräsentation – wenn es denn         sein muss</i> . . . . .	125
<i>Die richtigen Fragen stellen</i> . . . . .	126
<i>Kundennutzen</i> . . . . .	130
<i>Einwandbehandlung</i> . . . . .	132
<i>Kundentermine professionell nachbearbeiten</i> . . . . .	133
4.3 Anfragen bewerten und strategisch verkaufen . . . .	135
4.4 Angebotsmanagement . . . . .	138
4.5 Verhandlungen . . . . .	141
<i>Verhandeln und nicht feilschen</i> . . . . .	142
<i>Professionell vorbereiten</i> . . . . .	145
<i>Fünf Grundregeln für erfolgreiche Verhandlungen</i> . . . . .	146
<b>Das muss noch gesagt werden, und zwei Geschenke für Sie</b> . . . . .	149
<b>Stichwortverzeichnis</b> . . . . .	153