

# 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 virtuellen 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 Der Key Account Plan</b> .....	63
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 über-             arbeiten?</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! <i>Mission (M)</i> .....	99
<i>Objectives (O)</i> .....	99
<i>Strategies (S)</i> .....	100
<i>Tactics (T)</i> .....	102

<i>Exkurs: OKRs im Key Account Plan . . . . .</i>	105
<i>Requirements (R) . . . . .</i>	108
<b>3.10 Ihr Plan für die nächsten 24 Monate . . . . .</b>	<b>109</b>
<b>4 Die Umsetzung im Tagesgeschäft und beim Kunden . . . . .</b>	<b>113</b>
<b>4.1 Strategisches Jahresgespräch . . . . .</b>	<b>115</b>
<i>Vorbereitung . . . . .</i>	116
<i>Die richtige Struktur macht's . . . . .</i>	117
<b>4.2 Kundentermine . . . . .</b>	<b>119</b>
<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
<b>4.3 Anfragen bewerten und strategisch verkaufen . . . . .</b>	<b>135</b>
<b>4.4 Angebotsmanagement . . . . .</b>	<b>138</b>
<b>4.5 Verhandlungen . . . . .</b>	<b>141</b>
<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>	<b>149</b>
<b>Stichwortverzeichnis . . . . .</b>	<b>153</b>