

Managing Key Accounts

Mit Vorabfragebogen:
Ihre Themenschwerpunkte
direkt im Seminar

Erfolgreiches Key Account Management im digitalen Vertrieb

Wie Sie Key Accounts aufbauen, steuern und ausbauen

- Aufgaben und Funktionen im Key Account Management 4.0
- Erfolgsfaktoren für Ihre digitalen Vertriebsstrategien
- Bedürfnisse einkaufender Key Accounts erkennen und zielführend damit umgehen
- Wie Sie Kundenbeziehungen richtig planen, auf- und ausbauen
- Mit diesen Angeboten erhöhen Sie die Abschlusswahrscheinlichkeit
- Verhandlungsführung im Großkundengeschäft
- So „verkaufen“ Sie Ihre Preise – mutig mit Preisdruckern verhandeln
- Souverän mit betriebswirtschaftlichen Begriffen, Kennziffern, Formeln und Fakten umgehen
- Die andere Seite verstehen – tough bleiben, auch wenn die Einkäufer tricksen
- Ohne CRM geht es nicht – neue Technologien erfolgreich im Vertrieb anwenden

Ihr Seminarleiter:



Ronald Heckl
HCH Heckl Consulting
Hamburg

Ihr Experte aus der Praxis:



Tilo Hillmer
Lufthansa Systems
GmbH & Co. KG

Ihr Praxis-PLUS:

„Profitieren Sie von dem exklusiven Praxisvortrag eines Vertreters der Lufthansa Systems GmbH & Co.KG.“

Testis:

- ✓ „Dieses Seminar hat mir wertvolle Tipps und Handlungsanleitungen gegeben. Ich empfehle es gerne weiter.“
- ✓ „Der Seminarleiter war sehr erfahren und ist gut auf die Fragen der Teilnehmer eingegangen.“

Bitte wählen Sie Ihren Termin:

29. und 30. August 2017 in München

28. und 29. September 2017 in Köln

15. und 16. November 2017 in Frankfurt/M.

Hoher Lernerfolg durch
begrenzte Teilnehmerzahl!


MANAGEMENTCIRCLE®
BILDUNG FÜR DIE BESTEN

Melden Sie sich jetzt an! Ihre Telefon-Hotline: + 49 (0) 61 96/47 22-700

Wie Sie mit erfolgreichen Strategien Ihre Key Accounts im digitalen Vertrieb auf- und ausbauen



Ihr Seminarleiter:
Ronald Heckl, Inhaber, **HCH Heckl Consulting Hamburg**, Hamburg

Die Verkaufsgestaltung im B2B-Vertrieb 4.0

- Warum nicht alles beim Alten bleiben kann:
 - neue Zielgruppen
 - veränderte Kundenstrukturen
 - differenzierte Marktzugänge
 - Auflösung der Grenzen zwischen Handel und Industrie
- Die entscheidenden Kriterien für eine erfolgreiche Vertriebs- und Verkaufsgestaltung der Zukunft
- Erwartungen an die erfolgreiche Vertriebsorganisation für Key Accounts im Zeitalter der Digitalisierung
- Neugestaltung der Vertriebsorganisation nach digitalen Aspekten
- Die Konsequenzen neuer digitaler Technologien für das Kundenmanagement

Aufgaben und Funktionen im modernen Key Account Management

- Die Aufgaben- und Funktionsbereiche moderner Key Account Manager
- Aufgaben rund um die Key Accounts: wer entscheidenden Einfluss auf die Key Accounts nimmt
- Persönliche Voraussetzungen eines erfolgreichen Key Account Managements: Einstellung, Motivation und Fähigkeiten
- Zusammenarbeit mit anderen Unternehmensbereichen bei der Betreuung und Bearbeitung von Key Accounts

Entscheidende Erfolgsfaktoren für digitalisierte Vertriebsstrategien

- Transformation und Digitalisierung von Vertriebsprozessen
- Digitalisierung des stationären Handels als Reaktion auf den Online-Handel und notwendige Reaktionen der Hersteller
- Neue Technologien für die Digitalisierung des Pricings
- Omni-Channel-Strategien im B2B-Vertrieb

Die Bedürfnisse einkaufender Key Accounts und wie man mit diesen umgeht

- Strukturierung interner Selling Center für Großabnehmer
- Entscheidungsstrukturen bei Großkunden
- Motivationshintergründe bei Investitionsentscheidungen
- Bedeutung des Buying Centers
- Formelle und informelle Kaufentscheider

Eine neue Flotte für die Flugbereitschaft BMVG – IT 2.0

- Identifikation der Opportunity
- Komplexes Stakeholder-Management
- Das Formen der Lösung
- Begleitung der Stakeholder bis zum Abschluss



Tilo Hillmer
Director Sales & Key Account Mgmt.,
Lufthansa Systems GmbH & Co. KG,
Kelsterbach



Planung und Aufbau von Kundenbeziehungen unterschiedlicher Abteilungen

- Durchführung von Key Account Analysen
- Wie Sie Kontaktabbau-Strategien entwickeln
- Beziehungsnetzwerk sinnvoll aufbauen
- Einsatz der Social Media zur Erweiterung und Festigung der Kundenbeziehung
- Aufbau und Entwicklung von Großkunden-Bearbeitungsprogrammen
- Entwicklung eines Key Account Portfolios
- Aufbau von Kundenentwicklungsthemen: Einsatz von Value-Added-Konzepten

Planung der Angebote zur Erhöhung der Abschlusswahrscheinlichkeit

- Offer Screening im Großkundenvertrieb
- Chancen- und Risikoanalyse bei Ausschreibungen
- Einkaufsentscheider identifizieren, Auftragswahrscheinlichkeiten bewerten und Angebotsalternativen konzipieren?
- Abwehrstrategien gegenüber Konkurrenzangeboten

Seminarzeiten

Am 1. Seminartag: Empfang mit Kaffee und Tee ab 8.45 Uhr

	Beginn des Seminars	Business Lunch	Ende des Seminars
1. Seminartag	9.30 Uhr	13.00 Uhr	ca. 18.00 Uhr
2. Seminartag	9.00 Uhr	12.30 Uhr	ca. 17.00 Uhr

An beiden Seminartagen sind Kaffee- und Teepausen in Absprache mit den Referenten und den Teilnehmern vorgesehen.

Souverän auftreten, Preise überzeugend verkaufen und mit betriebswirtschaftlichen Kennziffern argumentieren

Ihr Seminarleiter:
Ronald Heckl

Begrüßung durch den Seminarleiter

Dramaturgie der Angebotsphase bei Key Accounts

- Anforderungen an Angebotsunterlagen und Einsatz verkaufsunterstützender Medien
- Einsatz von Wirtschaftlichkeitsanalysen sowie Kosten- und Nutzenberechnungen
- Teamwork bei Angebotspräsentationen



Erfolgreiche strategische und taktische Verhandlungsführung im Großkundengeschäft

- Emotionaler und sachlicher Vertrauensaufbau bei Großkunden-Verhandlungen
- Kontaktgewinnung, Gesprächseinstieg und Vertrauensbildung
- Sie entwickeln Ihren individuellen Gesprächsleitfaden
- Gesprächssteuerung durch Fragen und Zuhören: Einsatz von Fragetechniken
- Mit Kaufwiderständen und Einwänden richtig umgehen
- Nutzen- und Risikoargumentation: USPs richtig setzen
- Argumentationsunterstützung durch unterschiedliche Gewerke des eigenen Unternehmens

Besonderheiten bei der Preisargumentation

- Überzeugende Preisverhandlungen mit Key Accounts führen
- So analysieren Sie das Preisgefüge
- Sie bereiten sich darauf vor, Ihren Angebotspreis zu argumentieren
- Kaufmotivierende Konditionen: Techniken des Konditionenverkaufs
- Preisverteidigungs-Argumentation bei Konkurrenz-Preisangeboten

Der Abschluss von Aufträgen im Großkunden-Geschäft

- Auch das ist möglich – wie Sie Kundenzugeständnisse bei Gegenleistungs- und Nachlassforderungen erreichen
- Psychologisch richtiges Verhalten in der Abschlussphase
- Auftragserweiterungen durchsetzen
- Die Kunden nach Vertragsabschluss durch Auftragsnachsorgemaßnahmen langfristig sichern

Erfolgreich verkaufen und argumentieren mit betriebswirtschaftlichen Begriffen, Kennziffern, Formeln und Fakten

- Argumentation mit Deckungsbeiträgen
- Rabatte aus betriebswirtschaftlicher und psychologischer Sicht
- Verkaufserfolge mit der DPR (Direkte-Produkt-Rentabilität)
- Die Top-Kennzahlen des Unternehmers: Rentabilität, Produktivität, Wirtschaftlichkeit, Liquidität, Cash-Flow, EBIT, EBITDA etc.
- Wichtige Vertriebs-Kennzahlen zur Argumentation beim Key Account
- Daten und Fakten bei Handel und Industrie: Umgang mit Statistiken als Argumentationshilfsmittel
- Marktforschung und Statistik

Die Tricks der Einkäufer kennen und souverän parieren

- Die Zahlen und Methoden der Key-Einkäufer
- Die Interessen der Einkäufer: Limit-Planungen und Motive
- Den Stellenwert der Preisverhandlung für den Einkauf richtig einschätzen
- Preiseinwände mit Hilfe betriebswirtschaftlicher Argumentation entkräften

Der Einsatz von CRM-Systemen im Vertrieb: Jenseits von Datenbank und Sales-Funnel

- Cloud-basierte CRM-Lösungen: Implementierung und Widerstände
- Neue CRM-Systeme mit direkten Vertriebslenkungen: Von der Besuchssteuerung zur qualifizierten Gesprächsführung
- Der strategische und operative Einsatz neuer Technologien im Vertrieb
- Key Account Vertrieb und Mobile Solutions
- Einsatz von Social Media im B2B-Vertrieb: Die Bedeutung von Facebook & Co.
- YouTube als Verkaufshilfe und Corporate-Kanal
- Augmented Reality im B2B-Vertrieb
- B2B-Dialogmarketing: vom Vertriebsmitarbeiter bis zum Einsatz von Expertensystemen im Rahmen der künstlichen Intelligenz

Get-together – Ausklang des ersten Seminartages in informeller Runde. **Management Circle** lädt Sie zu einem kommunikativen Umtrunk ein. Entspannen Sie sich in angenehmer Atmosphäre und vertiefen Sie Ihre Gespräche mit Referenten und Teilnehmern.

Ronald Heckl

ist seit 1985 Inhaber der Unternehmensberatung **HCH Heckl Consulting Hamburg**, seit 1994 zudem geschäftsführender Gesellschafter der H13 Werbeagentur GmbH. Er hat sich international auf die Bereiche Marketing und Vertrieb mit den Schwerpunkten Vertriebsanalyse, Marktausrichtung, Markttrends und Controlling spezialisiert. Zudem ist er als Dozent für Marketing und Handelsbetriebslehre an der VWA Lüneburg tätig. In der Umsetzung wurden von ihm deutlich mehr als 15.000 Mitarbeiter verschiedener Branchen betreut, analysiert, moderiert, gecoacht oder trainiert. Daneben wurden von ihm unterschiedliche Branchen beratend begleitet. Von der Firmenübernahme über Nachfolgeregelungen, Neu- und Umstrukturierungen bis zur Neuausrichtung von Unternehmen auf die Zukunft.

Tilo Hillmer

ist Senior Consultant bei der **Lufthansa Systems GmbH & Co. KG** in Kelsterbach. Seine derzeitige Tätigkeit umfasst überwiegend Schulung und Beratung, darunter schwerpunktmäßig das Vorbereiten der Account Manager auf neue Sales Leads in airline-fachlicher Hinsicht sowie das Begleiten und Unterstützen von komplexen Akquisen. Tilo Hillmer hat langjährige Erfahrung im Account Management, wo er unter anderem den asiatischen Markt für eine der Produktlinien der Lufthansa Systems öffnete. Auch der komplexe nordamerikanische Markt wurde einige Jahre von ihm betreut. In seiner Rolle als Key Account Manager war er in der Folge für mehrere Fluggesellschaften der Lufthansa-Group zuständig.

Ihr Praxis-PLUS:

Profitieren Sie von dem exklusiven Praxisvortrag eines Vertreters der Lufthansa Systems GmbH & Co. KG.

AUCH ALS INHOUSE TRAINING

So individuell wie Ihre Ansprüche – Inhouse Trainings nach Maß!

Zu diesen und allen anderen Themen bieten wir auch firmeninterne Schulungen an. Ihre Vorteile: Kein Reiseaufwand – passgenau für Ihren Bedarf – optimales Preis-Leistungsverhältnis!

Ich berate Sie gerne und erstelle Ihnen ein individuelles Angebot. Rufen Sie mich an.



Stefanie Klose

Tel.: 0 61 96/47 22-739

E-Mail: stefanie.klose@managementcircle.de

www.managementcircle.de/inhouse



7 gute Gründe, ein Seminar von Management Circle zu besuchen

1. Mehr als **25 Jahre Erfahrung** auf dem Gebiet von Seminaren für Fach- und Führungskräfte
2. **TOP-Themen** mit sehr hohem Praxisinhalt
3. Die **besten Referenten**, die der Markt bietet
4. **Exzellenter Ablauf**, angefangen von Ihrer Anmeldung bis hin zur Rundumbetreuung vor Ort
5. **Ausgezeichnete Seminarunterlagen**
6. Intensiver **Wissens- und Meinungsaustausch** in kleinen Seminargruppen
7. **First Class-Locations**

Ihr Management Circle-Veranstaltungsticket



Entspannt ankommen – nachhaltig reisen. Die Deutsche Bahn bringt Sie in Kooperation mit Management Circle an Ihren Veranstaltungsort.

Von jedem beliebigen DB-Bahnhof können Sie Ihre Reise zu günstigen Sonderkonditionen antreten:

Zum Veranstaltungsort	2. Klasse	1. Klasse
Bundesweit ab	€ 99,-	€ 159,-

Buchen Sie online und sichern Sie sich das garantiert **günstigste Ticket**. Wir bieten Ihnen eine Übersicht aller Bahn-Angebote auf Ihrer Wunschstrecke für Hin- und Rückfahrt.

Weitere Details und Informationen zur Ticketbuchung erhalten Sie mit Ihrer Anmeldebestätigung zur Veranstaltung oder unter

www.managementcircle.de/bahn



Foto: ©Gerhard Linnekegel/DB

Optimale Vorbereitung auf Ihre Bedürfnisse

Sie erhalten ca. zwei Wochen vor der Veranstaltung einen Fragebogen, in dem Sie uns Ihre individuellen Fragen und Themenschwerpunkte mitteilen können; im Seminar erhalten Sie eine vorbereitete und ausführliche Antwort. Selbstverständlich können Sie Ihre Fragen auch im Seminar erstmals an den Referenten herantragen; in freier Diskussion werden Ihre Probleme dann erarbeitet und gelöst.

Warum Sie dieses Seminar besuchen sollten

Die Digitalisierung führt zu extremen Veränderungen im B2B-Vertrieb, ähnlich wie sie sich im B2C-Vertrieb in den letzten Jahren schon angekündigt haben. Ein Umdenken des Vertriebs mit Blick auf die Key Accounts wird zwingend notwendig. Studien zeigen deutlich, dass Unternehmen sich heute mit Herausforderungen konfrontiert sehen, die sie zu einer grundlegenden Weiterentwicklung ihrer Vertriebspraktiken zwingen:

- Die Ansprüche der Key Accounts steigen und erfordern eine wesentliche Weiterentwicklung von Angeboten und Interaktionsmodellen, was Geschwindigkeit, Ansprache und Individualisierung anbelangt.
- Neue Wettbewerber drängen in den Markt und stellen mit neuen Angeboten, Angebotsmodellen und unkonventionellen Geschäftspraktiken eine ernstzunehmende Konkurrenz dar.
- Kunden bauen ihre Beschaffungskompetenz aus und nutzen ihre Einkaufsmacht konsequent zu ihrem Vorteil.

Erste Unternehmen zeigen den Weg auf, wie sie den Herausforderungen insbesondere mittels Digitalisierung begegnen und wie sie dadurch deutlich mehr Kundenwert zu geringeren Kosten schaffen. Das sich daraus ergebende Umsatzwachstum schlägt sich dabei in einer deutlichen Steigerung der Vertriebsproduktivität nieder.

Ihr Nutzen

Dieses Seminar vermittelt Ihnen das notwendige Know-how, um Schlüsselkunden über verschiedene Abteilungen hinweg professionell zu betreuen. Das Seminar zielt dabei nicht nur auf den direkten Kontakt mit dem Key Account Manager, sondern auf alle, die den Key Account-Prozess begleiten und beeinflussen können. Im Seminar werden zudem die digitalen Herausforderungen an eine effiziente Key Account Betreuung diskutiert.

Ihre Methode

Kurz-Vorträge, Fallbeispiele, Gruppenarbeiten und Mini-Workshops, Diskussionen und Checklisten.

Folgende Themen stehen dabei im Fokus:

- die Aufgaben im modernen Key Account Management
- die Konsequenzen neuer digitaler Technologien für das Kundenmanagement
- entscheidende Erfolgsfaktoren für digitalisierte Vertriebsstrategien
- die Bedürfnisse einkaufender Key Accounts und wie Sie damit umgehen
- Wie Sie analysieren, welche Rolle Ihre Ansprechpartner spielen und wer letztendlich entscheidet
- Planung und Aufbau von Kundenbeziehungen unterschiedlicher Abteilungen
- Aufbau von Kundenentwicklungsthemen: Einsatz von Value Added-Konzepten
- Angebote zur Erhöhung der Abschlusswahrscheinlichkeit planen, erstellen, platzieren
- Erfolgreiche strategische und taktische Verhandlungsführung im Großkundengeschäft
- Argumentationsunterstützung durch unterschiedliche Gewerke des eigenen Unternehmens
- Analyse des Preisgefüges sowie Argumentation des Angebotspreises
- Der souveräne Umgang mit betriebswirtschaftlichen Begriffen, Kennziffern, Formeln und Fakten
- Wie Sie souverän mit den Tricks der Einkäufer umgehen
- Der strategische und operative Einsatz neuer Technologien im Vertrieb

Sie haben noch Fragen? Gerne!

Rufen Sie mich bitte an oder schreiben Sie mir eine E-Mail. Gerne berate ich Sie persönlich und beantworte Ihre Fragen zur Veranstaltung.



Kirsten Noack

Senior Projektmanagerin

Tel.: 0 61 96/47 22-550

E-Mail: kirsten.noack@managementcircle.de

Wer sollte teilnehmen?

Key Account Manager, Junior Key Account Manager, Vertriebsingenieure, verantwortliche und spezialisierte Mitarbeiter, die mit Key Account Managern oder dem Vertrieb zusammenarbeiten, Verantwortliche, die den KAM-Prozess aktiv begleiten wie beispielsweise **Marketing- und Produktverantwortliche** sowie alle im Verkauf tätigen, die Umsatzverantwortung für das Unternehmen tragen und mit Key Accounts in direktem oder indirektem Kontakt stehen, wie beispielsweise der Vertriebsaussen- und innendienst.

Termine und Veranstaltungsorte

29. und 30. August 2017 in München

Angelo by Vienna House Munich Westpark,
Albert-Rosshaupter-Strasse 45, 81369 München
Tel.: 089/411113-524, Fax: 089/411113-599
E-Mail: reservation@angelo-munich.com

28. und 29. September 2017 in Köln

Hotel im Wasserturm Köln, Kaygasse 2, 50676 Köln
Tel.: 0221/2008-140, Fax: 0221 / 2008-144
E-Mail: reservation@hotel-im-wasserturm.de

15. und 16. November 2017 in Frankfurt/M.

Grandhotel Hessischer Hof, Friedrich-Ebert-Anlage 40, 60325 Frankfurt/M.
Tel.: 069/7540-2911, Fax: 069/7540-2912
E-Mail: reservations@hessischer-hof.de

Für unsere Seminarteilnehmer steht im jeweiligen Tagungshotel ein begrenztes Zimmerkontingent zum Vorzugspreis zur Verfügung. Nehmen Sie die **Reservierung bitte rechtzeitig selbst direkt im Hotel** unter Berufung auf Management Circle vor.

Mit der Deutschen Bahn ab € 99,- zur Veranstaltung.
Infos unter:

www.managementcircle.de/bahn



Über Management Circle



Als anerkannter Bildungspartner und Marktführer im deutschsprachigen Raum vermittelt Management Circle **WissensWerte** an Fach- und Führungskräfte. Mit seinen 200 Mitarbeitern und jährlich etwa 3000 Veranstaltungen sorgt das Unternehmen für berufliche Weiterbildung auf höchstem Niveau. Weitere Infos zur *Bildung für die Besten* erhalten Sie unter www.managementcircle.de

Anmeldebedingungen

Nach Eingang Ihrer Anmeldung erhalten Sie eine Anmeldebestätigung und eine Rechnung. Die Teilnahmegebühr für das zweitägige Seminar beträgt inkl. Business Lunch, Erfrischungsgetränken, Get-together und der Dokumentation € 1.995,-. Sollten mehr als zwei Vertreter desselben Unternehmens an der Veranstaltung teilnehmen, bieten wir **ab dem dritten Teilnehmer 10% Preisnachlass**. Bis zu zwei Wochen vor Veranstaltungstermin können Sie kostenlos stornieren. Danach oder bei Nichterscheinen des Teilnehmers berechnen wir die gesamte Teilnahmegebühr. Die Stornierung bedarf der Schriftform. Selbstverständlich ist eine Vertretung des angemeldeten Teilnehmers möglich. Alle genannten Preise verstehen sich zzgl. der gesetzlichen MwSt.

Managing Key Accounts

Ich/Wir nehme(n) teil am:

- 29. und 30. August 2017 in München** 08-84504
 28. und 29. September 2017 in Köln 09-84505
 15. und 16. November 2017 in Frankfurt/M. 11-84506

1

Name/Vorname

Position/Abteilung

2

Name/Vorname

Position/Abteilung

3

Name/Vorname

Position/Abteilung

Firma

Straße/Postfach

PLZ/Ort

Telefon/Fax

@

E-Mail

Datum

Unterschrift

Ansprechpartner/in im Sekretariat:

Anmeldebestätigung bitte an:

Abteilung

Rechnung bitte an:

Abteilung

Mitarbeiter: BIS 100 100-200 200-500 500-1000 ÜBER 1000

Datenschutzhinweis

Die Management Circle AG und ihre Dienstleister (z.B. Lettershops) verwenden die bei Ihrer Anmeldung erhobenen Angaben für die Durchführung unserer Leistungen und um Ihnen Angebote zur Weiterbildung auch von unseren Partnerunternehmen aus der Management Circle Gruppe per Post zukommen zu lassen. Unsere Kunden informieren wir außerdem telefonisch und per E-Mail über unsere interessanten Weiterbildungsangebote, die den vorher von Ihnen genutzten ähnlich sind. Sie können der Verwendung Ihrer Daten für Werbezwecke selbstverständlich jederzeit gegenüber Management Circle AG, Postfach 56 29, 65731 Eschborn, unter datenschutz@managementcircle.de oder telefonisch unter 06196/4722-500 widersprechen oder eine erteilte Einwilligung widerrufen.

Anmeldung/Kundenservice

Telefon: +49 (0) 61 96/47 22-700
 Fax: +49 (0) 61 96/47 22-999
 E-Mail: anmeldung@managementcircle.de
 Internet: www.managementcircle.de/08-84504
 Postanschrift: Management Circle AG
 Postfach 56 29, 65731 Eschborn/Ts.
 Telefonzentrale: +49 (0) 61 96/47 22-0

