

	Beratung	Alexander Mutafoff	Tel. 08194 - 99 98 48	Internet / E-Mail:
	Coaching	Heideleweg 1	Mobil 0171 - 14 74 74 8	www.mutafoff.de
	Training	D-86946 Issing	Fax 08194 - 99 98 49	info@mutafoff.de

Projektbericht

Ausgangssituation

Ein Dienstleistungsunternehmen möchte Key Account Management einführen und die ausgewählten KAM fit machen.

Zielsetzung

- Key Account Management im Unternehmen etablieren
- Strategische Planung und Aufbau von KAM-Kunden
- Nachhaltiges Kundenbeziehungsmanagement aufbauen und pflegen

Konzeption

Anhand von Vorgesprächen wurde von Mutafoff Personalentwicklung ein Konzept für die Einführung und Begleitung des Key Account Managements entwickelt.

Für die Einführung des Key Account Managements wurden AKV der KAM in Abgrenzung zum regionalen Vertrieb und die Rolle der KAM innerhalb der eigenen Organisation definiert.

Die Begleitung der Key Account Manager umfaßt Trainingsmaßnahmen, Coaching zu strategischen Vorgehensweisen bei den Key Accounts, sowie Coaching-on-the-job z. B. bei Präsentationen, Gesprächen und Verhandlungen.

Die Key Account Manager erhielten ein KAM-System, das sie individuell auf ihre

Key Account Management – Beratung und Coaching in einem Dienstleistungsunternehmen

Bedürfnisse und die Key Accounts anpaßen.

Dieses Systems beinhaltet Vorgehensweisen, Checklisten und Checkpoints zu verschiedenen Phasen des Aufbaus und der Durchdringung des Key Accounts – von der Auswahl, über den Aufbau bis hin zum strategischen Beziehungsmanagement.

Durchführung und Transfer

Der theoretische Input zu Vorgehensweisen wurde anhand der jeweiligen Situation bei den definierten Key Accounts reflektiert. Mit den KAM wurden Vorgehensweisen besprochen, Gespräche, Präsentationen und Verhandlungen vorbereitet und geübt. Alexander Mutafoff begleitet die KAM bei Kundenbesuchen und reflektiert mit den KAM anschließend das Gespräch und gibt Feedback zum Verhalten des KAM.

Auszug von Inhalten aus dem Coaching:

- Instrument strategische Analyse
- Instrument Kundenbewertung
- Instrument Account Plan
- Strategische Analyse - Idealkundenprofil
- Potentialschätzung und Zieldefinition
- Entwicklung einer Kundenstrategie – Vertriebsprozeß



Die gesamte Begleitung erstreckt sich über einen Zeitraum von einem Jahr, um auch meßbare Erfolge feststellen zu können, da der Aufbau und die Durchdringung eines Großkunden Zeit benötigt. Aus unserer Erfahrung sind folgende Erfolgsfaktoren zu beachten:

- Kräfte auf wirkliche Schlüsselkunden konzentrieren
- KAM als strategische Funktion etablieren – keine kurzfristige Umsatzmaximierung
- Investitionscharakter von Key Account Management
- Strategiedäquate Organisation
- Freiräume für Unternehmertum
- Qualifikation des KAM
- Transparente Erfolgskontrolle
- Unterstützung des Top-Managements

Nutzen

- Aufbau von Wettbewerbsvorteilen bei Großkunden
- Intensive und kontinuierliche Geschäftsbeziehungen