Lehrinhalt

Key Account Manager/-in IHK

Freiwilliges Repetitorium:
Betriebswirtschaftliche Grundlagen · Verhandeln und Kommunikation

Grundlagen:
Das Modell des Key-Account-Managements
Kundenorientierung
Key-Account-Auswahl
Organisation
Marktforschung

Analytisches Key-Account-Management:
Kundenanforderungen und -erwartungen
Kundenzufriedenheit
Buying-Center-Analyse der Unternehmenskontext, das personenbezogene Umfeld
Potenzial-Analyse für Verkaufsmittarbeiter
Markt des Key-Accounts
Wettbewerbsanalyse

Strategisches Key-Account-Management:
operativen Geschäfte mit dem Key-Account
Status der Beziehung zum Key-Account
Der Key-Account-Entwicklungsplan
Innovation
Strategie und Ressourcen
Key-Account-Entwicklungsplan (Zweck, Aufbau, Strategie, Planzahlen)

Operatives Key-Account-Management:
Umsetzung mit dem Key-Account (Leistung, Preis, Verhandlung)
Anwendung der Marketinginstrumente
Verhandeln mit dem Key-Account
Ziel- und Erfolgskontrolle
Wissensmanagement

Prüfung/Hausaufgabe