

**INTENSIVLEHRGANG
KEY ACCOUNT MANAGEMENT**
LEHRGÄNGE UND PROGRAMME FÜR DEN VERTRIEB





PROGRAMME & LEHRGÄNGE
INDIVIDUELL. PRAXISNAH



LEHRGANGSBESCHREIBUNG

Die Gewinnung und Entwicklung von Schlüsselkunden ist heute in vielen Branchen – von der Automobilzulieferindustrie bis zu den Lebensmittelherstellern – eine elementare Aufgabe im Verkauf. Der Intensivlehrgang „Key Account Management“ ist ein firmenübergreifendes integratives **Entwicklungsprogramm** für

Key Account Manager und Verkäufer.





Der Lehrgang beinhaltet neben den neuesten Erkenntnissen der Verkaufspsychologie die wirksamsten Methoden zu Beziehungsmanagement und Argumentation des Geschäftsnutzens. Damit bleiben Begriffe wie TCO und ROI keine leeren Worthülsen mehr.

EWOS-PROFIL






EWOS ist als führendes Beratungsunternehmen auf Verkauf spezialisiert und unterstützt die Kunden bei der Wirksamkeitssteigerung im Vertrieb. EWOS-Trainer unterscheiden sich von herkömmlichen Trainern,

weil sie den Fokus auf die vertriebliche Performance legen – und vom klassischen Unternehmensberater, weil sie die Organisation und die handelnden Personen bei den notwendigen Entwicklungsschritten begleiten.

EWOS LEISTUNGSFELDER SIND:

-  **Vertriebsberatung** – Entwicklung wirksamer Vertriebsorganisationen
-  **Verkaufstraining** – orientiert an der Performance
-  **Programme und Lehrgänge** – umsetzungsorientiert
-  **Personalberatung im Vertrieb** – Entscheidungen mit Verkaufskompetenz

SIE WOLLEN

-  ...die Kompetenz in der Betreuung von Schlüsselkunden in Ihrem Unternehmen erhöhen
-  ...sich aktuelle Ansätze zur Neugewinnung und Entwicklung von Key Accounts aneignen
-  ...Strategien der Betreuung von Key Accounts entwickeln und die Umsetzung begleiten
-  ...bewährte Ansätze zum Key Account Management aus anderen Unternehmen kennenlernen
-  ...die Key Account Management-Kompetenzen punktgenau erweitern

Die EWOS-Trainer und -Berater

sind langjährige Vertriebsexperten mit fundierter Ausbildung in den Bereichen Betriebswirtschaft, Psychologie, Marketing & Führung und haben als Key Account Manager, in leitenden Positionen im Vertrieb, sowie als Trainer und Berater alle Seiten von Vertriebsorganisationen kennen gelernt.

Sie begleiten jeden Teilnehmer individuell im gesamten Lehrgang und unterstützen bei der Umsetzung im Herkunftsunternehmen. Darüber hinaus werden in Kamingsgesprächen Key Account Manager, Einkäufer und Führungskräfte von namhaften Unternehmen zur Verfügung stehen.

☰ DAS EWOS-LEHRGANGSTEAM



MMag. Dr. Wilfried Scheschy
Geschäftsführender
Gesellschafter EWOS-Institut

Arbeitsschwerpunkte:

- Systemisches Verkaufen und Verkaufspsychologie
- Key Account Management

Lehrbeauftragter an den
Universitäten Linz und Salzburg



Gerald Geretschläger, M. Ed.
Geschäftsführender
Gesellschafter EWOS-Institut

Arbeitsschwerpunkte:

- Vertriebssteuerung
- Key Account Management

Lehrbeauftragter an der Donau
Universität Krems



Helmut Kloimstein
Trainer und Berater des
EWOS-Instituts

Arbeitsschwerpunkte:

- Verkaufstraining und Verkäufercoaching
- Vertriebssteuerung und Führung im Vertrieb
- Systemische Verkaufstechnik und Verhandlungsführung

STRUKTUR UND INHALTE

-  **Persönliche Standortbestimmung mit CAPTain**
Potentialanalyse und persönliche Lernziele für den Lehrgang.

-  **Modul 1: Persönliche Grundlagen im Key Account Management**

Unterscheidung KAM und klassischer Verkauf, eigenes Rollen- und Aufgabenbild, psychologische Grundlagen, wie werde ich zu einem akzeptierten Partner meiner Schlüsselkunden, Einkäufertypen und –perspektiven, gelungene Managementpräsentationen und Verhandlungen, Selling to groups.

-  **Modul 2: Werkzeuge und Instrumente der Key Account Strategie**

Account-Profiling, Kundenentwicklungspläne, Key Account Strategie, Geschäftsnutzen darstellen, Consulting selling, Beginn Fallarbeit (eigene und bestehende Kunden der TN).

-  **Modul 3: Organisatorische Aspekte des KAM**

Zusammenarbeit im eigenen Unternehmen, Buying und Selling Center, Door Opener, Green Keeper und Goal Getter im Selling Center, KAM im eigenen Unternehmen etablieren und weiterentwickeln, erfolgreiche Account-Team-Meetings.

-  **Modul 4: Fallarbeit**

Vom persönlichen Standortgespräch bis zum Modul 4 arbeitet jeder Teilnehmer im Rahmen der Projektarbeit/ des Praxisprojektes an seinem/n Fall/Fällen. In diesem Modul werden alle Fälle präsentiert und jeder erhält von den Trainern und den Teilnehmer-Kollegen beratende Inputs. Dadurch wird nochmals die Beraterische Fähigkeit trainiert, die so elementar im KAM ist.



LERNEN MIT HERZ, HIRN UND HAND

Die Philosophie unseres Lehrgangs lautet: **„Lernen mit Herz, Hirn und Hand“**. Das bedeutet, wir aktivieren die TeilnehmerInnen mit unserer Herangehensweise stark und motivieren sie zu eigenem Denken und Handeln.

Die Entwicklung persönlicher Lernziele, in Verbindung mit der Herkunftsorganisation, ermöglicht uns eine hohe emotionale Beteiligung der Teilnehmer.







PROGRAMMAUFBAU

Auf der Grundlage von **4 Präsenzmodulen** mit insgesamt **8 Präsenzseminartagen** wird in einem Zeitraum von 6 Monaten, das für die wirksame Praxis im Key Account Management **relevante Wissen und Verhalten** vermittelt.

Abschluss

Die TeilnehmerInnen qualifizieren sich zum „**zertifizierten Key Account Manager**“ und erhalten ein aussagekräftiges Diplom. Kriterien für den positiven Abschluss sind:

-  Teilnahme an den Präsenzseminaren und Erfüllung der E-Learning Aufgaben
-  Fallarbeit anhand eines konkreten Key Accounts

Veranstaltungsorte:

Die einzelnen Module werden in Seminarhotels in OÖ abgehalten.
Die Coachingelemente und Standortgespräche finden im EWOS-Institut in Neufelden statt.
Das Praxisprojekt wird direkt im Herkunftsunternehmen durchgeführt.



**„ICH GEHE NAHEZU VON EINER
100%IGEN ERFOLGSGARANTIE AUS.“**

Helmut Salinger – Geschäftsführer Pappas Automobilvertriebs GmbH



PAPPASAUTOMOBILVERTRIEBS GMBH

www.pappas.at

- ☰ Was waren die 2 wichtigsten Gründe, dass Sie Ihre Mitarbeiter in den Lehrgang entsandt haben?

„Weil ich das EWOS-Institut bereits aus vergangener Zusammenarbeit kenne und mir der Qualität von EWOS bewusst bin. Ich bin überzeugt, dass dieser Lehrgang in der heutigen Zeit ein Muss für unsere Mitarbeiter ist.“

- ☰ Wo haben sich Ihre Mitarbeiter aus diesem Lehrgang heraus am meisten weiterentwickelt?

„In der Entwicklung der eigenen Verkaufspersönlichkeit und in der Managementkompetenz.“

- ☰ Was sind konkrete sichtbare Auswirkungen der Lehrgangsinhalte?

„Die Kommunikationsfähigkeit intern und extern hat sich um ein Vielfaches verbessert. Das Selbstvertrauen der Teilnehmer wurde gestärkt und meine Mitarbeiter trauen sich mehr zu.“

- ☰ Was würden Sie einer befreundeten Führungskraft, in ähnlicher Position, über den Lehrgang des EWOS-Institutes sagen?

„Das Beste, was es derzeit am Markt gibt. Ich gehe nahezu von einer 100%igen Erfolgsgarantie aus.“



TEILNEHMERSTIMMEN

„Den kompetenten und überzeugenden Referenten gelang es, das Niveau über den gesamten Lehrgang hoch zu halten. Es wurde starkes Augenmerk auf die kundenspezifischen Anforderungen der Teilnehmer gelegt. Besonders interessant fand ich die Praxisarbeiten an eigenen Kundenprojekten. Am Ende entstand mit den vorgestellten KAM-Werkzeugen ein vollständiger KAM-Plan, der mir jetzt als Basis für die Planung und Kundenbearbeitung dient. Ein unbedingt empfehlenswerter Kurs!“

Mag. Franz Leitner, Key-Account-Manager, KEBA AG






„Beeindruckend – die Frische und die Logik der eigenen Ansätze. Brutal – der Spiegel der Selbstreflexion – ungeschönt und dennoch in positiven Analysen endend. Die Entwicklung der Gruppendynamik fasziniert, die individuelle Unterstützung des Lernzieles vom ersten Tag an nie endend. Die praktische Erfahrung der EWOS-Teammitglieder in Vertrieb und Management findet sich in sämtlichen Arbeiten wieder.“

Christian Klingsberger, Vertrieb, E.Hawle Armaturenwerke GmbH

„Sensationeller Einstieg in den Lehrgang! Der Großteil der Tools bzw. Module lässt sich praxisnah auf die Herausforderungen und Aufgaben ins eigene Unternehmensumfeld umlegen. Einen „Ah-ha“ Effekt erlebten alle Teilnehmer beim Modul „Systemisch Verkaufen“, das die Leidenschaft bzw. Aufmerksamkeit jedes Kaufmanns weckt. Die Umsetzung meiner Projektarbeit wurde mit Unterstützung des Lehrgangs ein großer Erfolg.“

Klaus Nieder, Verkaufsleiter Nutzfahrzeuge, Georg Pappas Automobil GmbH

PERSÖNLICHE STANDORTBESTIMMUNG







-  Die individuelle Potentialanalyse mittels CAPTain
ermöglicht den Teilnehmern eigene Verhaltensmuster zu erkennen und deren Wechselwirkungen zu begreifen.
-  Die Entwicklung der persönlichen Lernziele in Abstimmung mit der Herkunftsorganisation
ermöglicht uns eine hohe emotionale Beteiligung der Teilnehmer.
-  Das persönliche Standortgespräch
ist eine erste Möglichkeit für das Einbringen der eigenen Fälle bei bestehenden Key Accounts. Managementpräsentationen und Verhandlungen, Selling to groups.
-  Als Vorbereitung auf die Präsenzmodule
stellen die Teilnehmer ihre Kundenfälle anhand eines EWOS-Leitfadens dar. Diese Kundenfälle dienen während des gesamten Lehrganges als Basis für die Praxisarbeiten.
-  Diese Vorgehensweise unterstützt den Transfer
ins eigene Unternehmen und die eigene Praxis ganz besonders. Ein wesentliches Erfolgsgeheimnis liegt in der kollegialen Beratung durch die anderen Teilnehmer. Weil diese aus ihrer eigenen Praxis als Key Account Manager berichten und Ihnen wichtige Tipps und Hinweise weitergeben können, die Sie bei ihren Kunden anwenden können.



MODUL 1: PERSÖNLICHE GRUNDLAGEN IM KAM

Zu Beginn erarbeiten wir die Grundlagen wirksamen Key Account Managements. Die Unterscheidung vom klassischen Verkauf hilft die eigenen Prioritäten zu erkennen. Wir setzen uns in diesem Modul auch mit den persönlichen und psychologischen Aspekten des KAM auseinander.

Speziell behandeln wir:








-  Wie unterscheidet sich KAM vom klassischen Verkauf?
-  Was sind die übergeordneten Ziele und Abläufe von KAM?
-  Aufgaben- und Rollenbild des KAM – Beraters und Partners, Verhandler, Organisator und Koordinator, Stratege, Vermittler etc..
-  Psychologische Typologien und wie sie den KAM bei der Einschätzung von Ansprechpartnern und beim Verhalten ihnen gegenüber unterstützen können.
-  Wie werde ich zu einem akzeptierten Partner und Berater meiner Kunden und führe Verhandlungen zum Erfolg?
-  Wie gestalte ich optimale Managementpräsentationen – inhaltlich und psychologisch?



MODUL 2: INSTRUMENTE UND WERKZEUGE IM KAM

Wir liefern hier ganz konkrete Instrumente und Werkzeuge für das Key Account Management bzw. entwickeln die bestehenden Werkzeuge der Teilnehmer weiter.

Speziell behandeln wir:






-  Key Accounts definieren, analysieren und bewerten – Scoring Modelle.
-  Den Key Account abbilden und die Kontakte dokumentieren–Account Profiling und Relationship Management
-  Entwicklung einer geeigneten Strategie für die Schlüsselkunden – Kundenentwicklungspläne.
-  Aufgaben ableiten und Maßnahmenpläne erstellen und in der Organisation durchsetzen.
-  Den Geschäftsnutzen der eigenen Lösung in Euro oder Prozent darstellen.
-  Den Wettbewerb im Auge behalten – regelmäßiges Chancenmanagement.
-  Wie gelingt es uns im Projektgeschäft während der „toten Phase“ die Beziehungsqualität zum Buying-Center des Kunden abzusichern?



MODUL 3: ORGANISATORISCHE ASPEKTE DES KAM

Ein zentraler Faktor für den Erfolg im KAM ist die organisatorische Aufstellung des Selling-Teams, sowie die Durchdringung der gesamten Organisation mit dem Key Account Gedanken.

Speziell behandeln wir:

-  Wie kann die Zusammenarbeit im KAM im eigenen Unternehmen optimiert werden?
-  Wie kann KAM in Organisationen eingebettet werden?
-  Einbindung des Top-Managements und der Führungskräfte in die Kundenbetreuung.
-  Wie beseelt man alle Abteilungen entlang der Wertschöpfungskette mit dem KAM-Gedanken?
-  Wie bringe ich als KAM alle Mitglieder des Selling-Teams unter einen Hut – Meetings erfolgreich führen, Informations- und Kommunikationspolitik.



MODUL 4: FALLARBEIT

Dieses Modul steht ganz im Zeichen der herausfordernden Fälle/ Projektarbeiten der Teilnehmer. Jeder Teilnehmer agiert als Fallbringer und bekommt von den anderen Teilnehmern, sowie vom Trainerteam Feedback und Anregungen zu seinem Fall. Der Nutzen für die konkrete Tagesarbeit bei diesem/n Kunden ist dadurch sehr hoch.

TIMELINE





ANMELDUNG

EWOS-Key Account Management-Lehrgang 2024/25
Anmeldung bis: 31. Oktober 2024

Persönliche Angaben

Name:

.....

Adresse:

.....

Telefon:

E-Mail:

Geburtsdatum:

Ich melde mich verbindlich für den EWOS-Key Account Management-Lehrgang an. Die Lehrgangsgebühr von € 4.690,- exkl. MwSt. und Aufenthaltskosten in den Seminarhotels wird mit der Zusage eines Teilnehmerplatzes seitens des EWOS-Instituts fällig. Die Zahlung hat bis zum Lehrgangsbeginn zu erfolgen. Wir bitten um Verständnis, dass wir auf Grund der begrenzten Teilnehmerzahl bei

EWOS INSTITUT FÜR VERTRIEBSENTWICKLUNG GMBH
A-4120 NEUFELDEN, VELDNER STRASSE 29
TEL. +43 7282 20797 5553, OFFICE@EWOS.AT
WWW.EWOS.AT

Berufliche Angaben

Institution/Firma:

.....

Adresse:

.....

Telefon:

E-Mail:

Absagen, die bis vier Wochen vor Lehrgangsbeginn eintreffen, eine Stornogebühr von 50% der Lehrgangsgebühr, bei später eintreffender Absage oder Nichtteilnahme 100% der Lehrgangsgebühr verrechnen müssen.

.....
Datum/Unterschrift