

# KOMPAKTES KNOW-HOW FÜR PROFESSIONELLES KEY ACCOUNT MANAGEMENT

Jedes Unternehmen bedient attraktive Kunden/-innen, die aber in der Zusammenarbeit oftmals anspruchsvoll sind. Entscheidend für den Verkaufserfolg ist die eigene Professionalität. Einerseits gilt es, die richtigen organisatorischen Voraussetzungen im Unternehmen zu schaffen. Andererseits brauchen qualifizierte Key Account Manager/-innen eine wirksame Systematik und das richtige Gespür. Teilnehmende des 2-tägigen Seminars „Key Account Management“ des WIFI Management Forums erhalten das kompakte Know-how für ein erfolgreiches Key Account Management aus erster Hand und profitieren von mehr als 20 Jahren Praxiserfahrung und den Erkenntnissen unzähliger Forschungsarbeiten der St. Galler KAM-Experten und Expertinnen.



Key Account Management ernst nehmen und permanent weiterentwickeln

Seit vielen Jahren belegt die Management-Forschung, dass Key Account Management ein zentrales und permanentes Thema für viele Unternehmen ist. Anbieter/-innen und Kunden/-innen verändern sich dynamisch. Was heute in der Zusammenarbeit mit Großkunden/-innen profiliert und Erfolg verspricht, ist morgen bereits selbstverständlich.

---

**Es gilt, die wachsenden Anforderungen des Markts zu erfüllen und besser als die Wettbewerber/-innen vorzugehen.**

---

Laufend sind strategische und auch operative Verbesserungen gefordert. Es genügt nicht, Key Account Management zu haben. Es gilt, die wachsenden Anforderungen des Markts zu erfüllen und besser als die Wettbewerber/-innen vorzugehen. Es lohnt sich also, Key Account Management ernst zu nehmen und in die weitere Entwicklung zu investieren.

Key Account Management ist keine robuste Strategie

Key Account Management eines Unternehmens kann nicht wie ein Projektvorhaben, wie beispielsweise die Implementierung eines Informatiksystems für Customer Relationship Management (CRM) oder die Einführung eines neuen Produkts, realisiert werden. Beide Beispiele erfordern ebenfalls ein professionelles Vorgehen. Das lässt sich aber besser strukturieren und der Prozess erreicht klar definierte Endpunkte oder Meilensteine. Anders sieht es im Key Account Management aus.

---

**Know-how und Services für Key Accounts sind subtil und differenziert.**

---

Know-how und Services für Key Accounts sind subtil und differenziert. Entsprechend schwierig ist es, sie laufend zu verbessern, die vielen beteiligten Personen einzubeziehen und ihr Verhalten für neue Rollen bei Kunden/-innen zu entwickeln. Manche Lösungen werden durch die Key Accounts erschwert oder durchkreuzt, weil sie sich selbst verändern und neue Entscheidungskriterien berücksichtigen oder neues Wissen erwerben müssen.

Energie, Konsequenz und schlüssige Systematik zeigen Wirkung

Key Account Management als Strategie erfordert einen langen Atem, Konsequenz und viel Energie. Weil Verbesserungen anspruchsvoll sind und Veränderungen oft erst langfristig greifen, gehen viele Wettbewerber/-innen in diesem Bereich kaum erfolgreich vor. Gerade deshalb lassen sich auch nachhaltige Wettbewerbsvorteile erzielen.

---

**Das St. Galler KAM-Konzept weist sowohl Key Account Managern/-innen als auch denjenigen, die für die Implementierung des Key Account Managements verantwortlich sind, einen Weg zum Erfolg.**

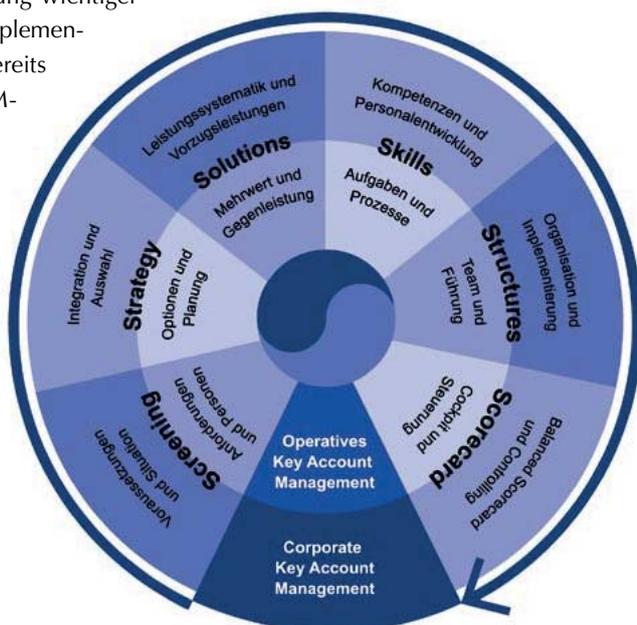
---

Für eine professionelle und erfolgreiche Bearbeitung von Key Accounts sind verschiedene Faktoren relevant. Ohne schlüssige Systematik verpufft die Wirkung vielfältiger Anstrengungen der komplexen Zusammenarbeit mit Key Accounts. Das St. Galler KAM-Konzept weist sowohl Key Account Managern/-innen als auch denjenigen, die für die Implementierung des Key Account Management verantwortlich sind, einen Weg zum Erfolg. Einerseits gilt es, die organisatorischen Voraussetzungen im Unternehmen zu schaffen. Andererseits gehen qualifizierte Key Account Manager/-innen systematisch und mit Fingerspitzengefühl vor.



Das St. Galler KAM-Konzept basiert auf 15 Jahren Forschung und Praxiserfahrung

Das von den St. Galler Professoren und Beratern Christian Belz, Dirk Zupancic und Markus Müllner entwickelte St. Galler KAM-Konzept stützt sich auf mehr als 15 Jahre Forschung und Praxiserfahrung in namhaften Unternehmen wie ABB, BASF oder Bayer sowie vielen mittelständischen Unternehmen. Es dient Unternehmen, die Key Account Management neu einführen, zur Systematisierung wichtiger Themen und Aufgaben der Implementierung. Unternehmen, die bereits ein institutionalisiertes KAM-Programm nutzen, können die Struktur des St. Galler KAM-Konzepts nutzen, um die eigene Praxis auf den Prüfstand zu stellen. Key Account Manager/-innen finden außerdem viele wertvolle Werkzeuge, um die wachsenden Anforderungen im Tagesgeschäft erfolgreich meistern zu können.



Im 2-tägigen Seminar „Key Account Management“ des WIFI Management Forums wird das St. Galler KAM-Konzept anhand zahlreicher Praxisbeispiele dargelegt und konkrete Anhaltspunkte für die Lösung der Herausforderungen im Key Account Management an die Hand gegeben.



Dr. Markus Müllner,  
Mitentwickler des St. Galler  
KAM-Konzepts

Dr. Michael Weibel,  
Lehrbeauftragter für Marketing an der  
Universität St. Gallen

**TIPP**

**Key Account Management**

3.–4.11.2016 (39353 016)

4.–5.5.2017 (39353 026)

**Informieren & anmelden:**

[www.wifiwien.at/393536](http://www.wifiwien.at/393536)

Das St. Galler KAM-Konzept als Bezugsrahmen für professionelles Key Account Management,  
Quelle: Belz/Müllner/Zupancic 2015, 3. Auflage