Hochschulkurs mit Zertifikat

Key Account Management

LEBENSMITTEL ZEITUNG VERGIBT ZWEI **STIPENDIEN!**

Highlights

- Fünf zweitägige Module – vermittelt von Top-Referenten
- Hoher Praxisbezug in Kombination mit akademischer Theorie
- Maximal 20 Teilnehmer pro Gruppe
- Umfangreiche Unterlagen
- Lounge-Abende mit Vertriebsexperten

Seminarprofil

Weitgehend stagnierende Märkte, ein zunehmend konzentrierter Handel sowie ein hoher Ergebnisdruck auf allen Wertschöpfungsebenen – dies sind nur einige der Gründe, warum sich der Vertrieb schon heute mit nachhaltigen Strategien für die Zukunft wappnen sollte. Ein Blick auf die Vertriebsstrategien erfolgreicher Unternehmen macht deutlich, dass der Unternehmenserfolg eng mit einem hervorragenden Verkaufskonzept einhergeht. Dafür ist exzellentes Fachpersonal unerlässlich. Genau an diesem Punkt setzt der HSBA-Lehrgang Key Account Management an. Der Zertifikatslehrgang vermittelt mit hohem Praxisbezug in Kombination mit akademischer Theorie das nötige Vertriebs-Know-how.

Zielgruppe

Der Zertifikatslehrgang Key Account Management wird angeboten für Key Account Manager, Kundenberater und Einsteiger auf dem Gebiet sowie Absolventen, die ihre Ausbildung um die Disziplinen Sales, Kundenverhalten, Category Management und Preisstrategien erweitern und vertiefen wollen.

Absolventen des Lehrgangs

- kennen die zentralen Prinzipien und Wirkungsmechanismen des Key Account Managements
- können eloquent Jahresgespräche, Verkaufsbesuche, Kunden- sowie Preisverhandlungen führen
- verstehen das Konsumentenverhalten und den Kaufentscheidungsprozess
- nutzen handelsbezogene Steuergrößen, um verantwortliche Management-Entscheidungen zu treffen
- kennen wichtige Verhandlungs- und Präsentationstechniken
- können Investmentstrategien festlegen und implementieren sowie Monitoring- und Steuerungsinstrumente nutzen

Teilnahmebestätigung & Hochschulzertifikat

Das erfolgreiche Bestehen der Lehrgangsprüfungen führt zu einem Hochschulzertifikat der HSBA mit 12 Credit Points nach dem European Credits Transfer System (ECTS). Seminarteilnehmer, die keine Abschlussprüfung absolvieren, erhalten eine Teilnahmebestätigung.

Teilnahmeentgelt

Das Teilnahmeentgelt beträgt 5.100 Euro und ist im Voraus zu entrichten. In diesem Entgelt sind die Teilnahme an sämtlichen Lehrveranstaltungen, umfangreiche Unterlagen und Kursdokumentationen sowie Verpflegung enthalten.

Fakten

- Workload: 300 Stunden, davon 85 Kontaktstunden
- Sprache: Deutsch
- Leitung: Prof. Dr. Henrik Meyer-Hoeven
- Kosten: 5.100 Euro
- Abschluss: Hochschulzertifikat mit 12 ECTS

Termine

Das Programm wird in fünf Präsenzphasen durchgeführt. Die Module finden donnerstags 9:00 bis 17:30 Uhr und freitags 9:00 bis 17:00 Uhr statt.

Modul 1: 6. & 7. Februar 2020
Modul 2: 5. & 6. März 2020
Modul 3: 2. & 3. April 2020
Modul 4: 7. & 8. Mai 2020
Modul 5: 18. bis 19. Juni 2020
Ersatztermine: 25. & 26. Juni 2020
Prüfung: 9. Juli 2020.

Veranstaltungsort

SQUARE HSBA Innovation Hub
Adolphsplatz 6
20457 Hamburg

Anmeldung

Den ausgefüllten ›Bewerbungsbogen senden Sie bitte an executive.education@hsba.de. Beachten Sie, dass die Teilnehmerzahl für dieses Programm begrenzt ist.

Sie haben Fragen?
Wir helfen Ihnen gern!
paulien.staal@hsba.de
T +49 (0)40 36 138 955

Die Module

MODUL 1

Grundlagen des Key Account Managements

- Einführung in das Key Account Management
- Kundenverständnis und Kennziffern
- Kundenanalyse, Hierarchy of needs, Fragetechniken
- Eigenschaften- und Nutzenargumentation
- Kundenprofil und Dossier

MODUL 2

Kernelemente der Kundenplanung

- Kernprozess „Strategisch Verkaufen"
- Strategiebaum und strategische Option
- Kunden- Attraktivitäts und -Prioritätsmatrix
- Strategischer und operativer Kundenplan
- Joint Business Planning

MODUL 3

Jahresgespräche erfolgreich führen

- Vorbereitung und Planung von Kundenverhandlungen
- Festlegung der Investitionsstrategie
- Durchführung der Kundenverhandlung
- Monitoring und Kontrolle
- Standardisierte Jahresgesprächsbestätigung

MODUL 4

Planung und Durchführung von Preisverhandlungen

- Pricing-Ansätze und Konsumentenverhalten
- Preisanalysen, Preiselastizitätsanalysen
- Preis-Planungs-Prozess inkl. „Share of the Cake" Analysen
- Umsetzung von Preiserhöhungen
- Durchführung einer Preisverhandlung

MODUL 5

Verhandlungsrollenspiele

- Vorbereitung der Kundenverhandlung
- Durchführung des Verhandlungs-Rollenspiels
- Präsentation der JBP
- Feedback, Key Learning, To Do's

Top-Referenten

Prof. Dr. Henrik Meyer-Hoeven
Professor für Leadership und strategisches Management im Department Strategy and Leadership

- Grundlagen des Key Account Managements
- Kernelemente der Kundenplanung

Gerd Wolf
Gründer der Rhein-Main Consulting Group (RMCG)

- Verhandlungstechniken
- Aufbau und Umsetzung von Preis- und Konditionen-Systemen

Dr. Harald Mitterlehner
Unternehmensberater und Managementtrainer

- Erfahrungen als Director Business Development und Sales Director in verschiedenen internationalen Unternehmen

„Ich bin seit Jahren als Key Account Managerin in verschiedenen namhaften internationalen Konsumgüterunternehmen tätig. An der HSBA konnte ich mithilfe von Experten aus der Praxis und flankierender Theorie viele wertvolle Erkenntnisse für meine tägliche Arbeit gewinnen."

Simone Daun
Absolventin KAM & National Key Account Manager,
Coca-Cola Erfrischungsgetränke GmbH