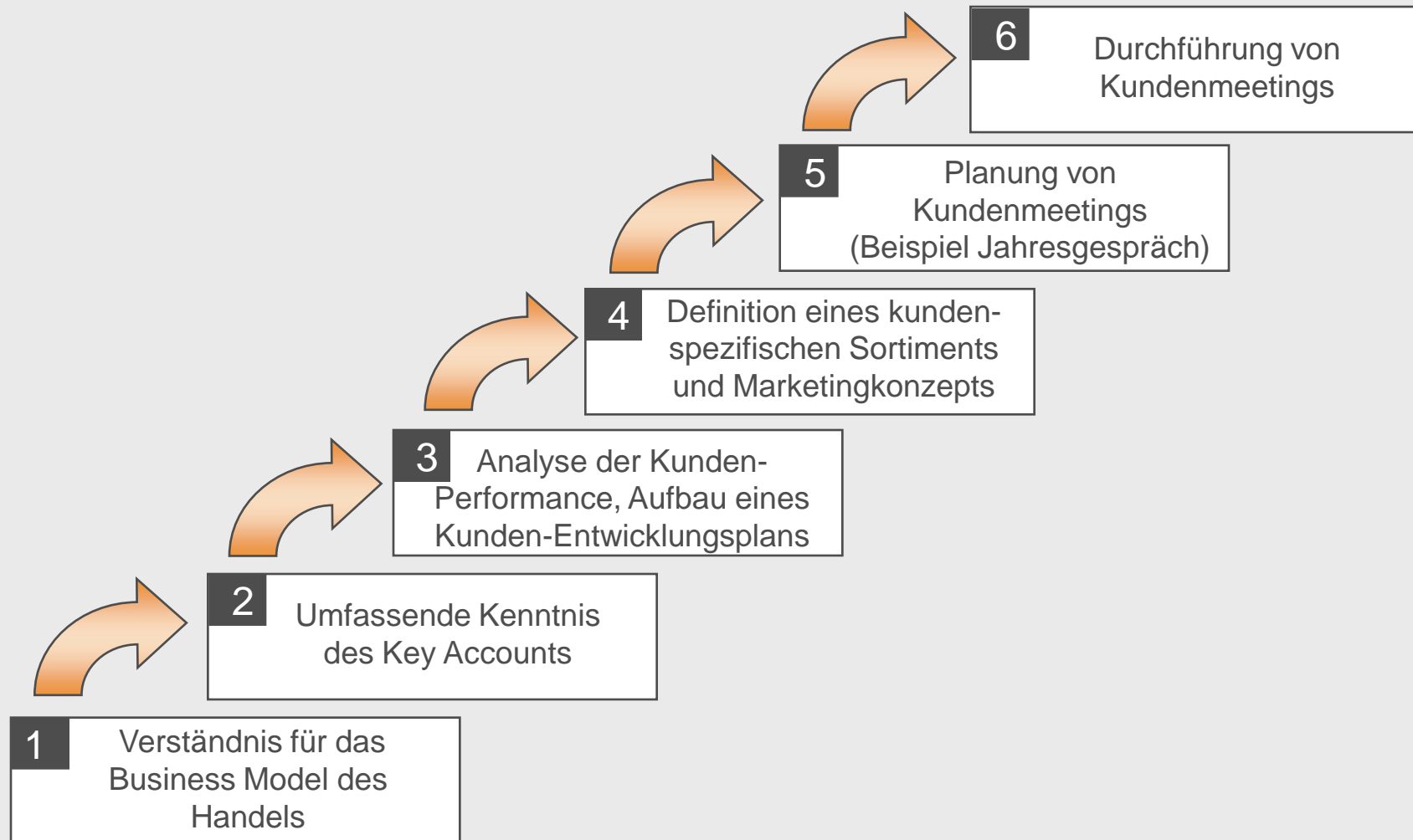




Firmeninternes Qualifizierungsprogramm für Sales- und Key Account Manager

- Seit Jahren nimmt die Konzentration im Handel zu. Diese Entwicklung wird sich auch in Zukunft weiter fortsetzen.
- Jeder Lieferant muss sich in seiner mittelfristigen Planung darauf einstellen, mit immer weniger, dafür aber immer größeren Kunden zusammenarbeiten zu müssen.
- Die Einkäufer großer Handelsunternehmen verfügen in der Regel über hervorragende analytische Fähigkeiten und professionelle Verhandlungstechniken.
- Nur wenn Ihr Vertrieb den Einkäufern auf gleicher Augenhöhe begegnen kann, wird er in der Lage sein, das bestmögliche Ergebnis für Ihr Unternehmen zu erzielen.

Inhalte des Qualifizierungsprogramms



Themen

Ihr Nutzen

1

Verständnis für das Business Model des Handels

- Ihre Sales- und Key Account Manager bekommen einen tiefen Einblick in das Business Model des Handels. Außerdem lernen sie die Anforderungen und Handlungs-Spielräume ihrer Business Partner im Handel kennen.
- Sie lernen, nach welchen KPIs der Handel seine Lieferanten bewertet und nach welchen Kriterien die Einkäufer selbst bewertet werden.
- Außerdem erfahren sie, welchen Einfluss die aktuellen Markt- und Konsumententrends auf die Zusammenarbeit mit ihren Handelspartnern haben.

2

Umfassende Kenntnis des Key Accounts

- In diesem Schritt erfahren Ihre Mitarbeiter, was sie alles über ihre Key Accounts wissen sollten, um den Einkäufern auf gleicher Augenhöhe begegnen zu können.
- Sie erhalten einen guten Einblick in die aktuelle Situation, die Erfolgskriterien, die Chancen und Risiken ihrer Key Accounts ebenso wie in die Struktur, die Entscheidungswege und die Spielregeln im Unternehmen.
- Auf Wunsch bekommen Sie darüber hinaus ein Fact Book, das Ihnen nicht nur erlaubt, die Informationen in standardisierter Form zu sammeln, sondern auch verschiedene Handelspartner miteinander zu vergleichen.

Themen

Ihr Nutzen

3

Analyse der Kunden- Performance und Aufbau eines Kunden- Entwicklungsplans

- In diesem Schritt erfahren Ihre Sales- und Key Account Manager
 - anhand welcher Kriterien und mit welchen Methoden sie die Performance und die Entwicklung ihrer Key Kunden analysieren können.
 - wie sie deren zukünftiges Potential bewerten können.
 - wie sie die zukünftigen Chancen und Risiken Ihres Unternehmens bei ihren Kunden ermitteln.
- Weiterhin lernen sie, einen mittelfristigen Entwicklungsplan für ihre Key Accounts zu erstellen und Maßnahmen für die Erreichung der gesetzten Ziele zu entwickeln.
- Dieser Prozess ermöglicht es Ihrem Vertriebsteam, seine Key-Kunden systematisch weiterzuentwickeln.

4

Definition eines kundenspezifischen Sortiments und Marketingkonzepts

- Hier lernen Ihre Mitarbeiter, wie sie ein kundenspezifisches Sortiment zusammenstellen, das ihnen hilft, die Abverkaufsrate zu erhöhen und mittelfristig ihren Umsatz zu steigern.
- Weiterhin lernen sie, wie sie zielorientiert Below-the-line Marketingaktivitäten auswählen, um den Abverkauf der Ware am POS zu unterstützen.

Themen

Ihr Nutzen

5

Planung von Kundenmeetings (Beispiel Jahresgespräch)

- Ihre Sales- und Key Account Manager lernen, wie sie professionell ein Jahresgespräch vorbereiten. Dazu zählen:
 - der richtige Ablauf eines Jahresgespräches.
 - die Fähigkeit, nicht nur Ihre Leistung, sondern vor allem auch den Nutzen Ihres Angebots für ihre Kunden zu präsentieren.
 - der Aufbau einer Argumentationskette.
 - die Erstellung aussagefähiger Unterlagen.
- Mit Hilfe von Limbic, einer innovativen Methode aus der Motivforschung, lernen sie, die Persönlichkeit ihres Business Partners zu ermitteln und ihre Vorgehensweise darauf abzustimmen.

6

Durchführung von Kundenmeetings

- In diesem letzten Schritt erfahren Ihre Mitarbeiter, wie sie ein erfolgreiches Meeting durchführen – von der Begrüßung bis zum Geschäftsabschluss.
- Anhand verschiedener Methoden und Beispiele lernen sie, wie sie
 - es schaffen, wertvolle Informationen von ihrem Business Partner bekommen.
 - ihr Angebot so präsentieren, dass es die Motive des Einkäufers direkt anspricht.
 - Einwände professionell behandeln.
 - zielorientiert verhandeln und einen Abschluss herbeiführen.

- Das Qualifizierungsprogramm besteht aus einer abgestimmten Mischung aus anschaulichen Vorträgen zur Wissensvermittlung, moderierten Diskussionen, Einzelübungen und Workshops.
- In Gruppenarbeit wird das Erlernte gleich angewendet und auf konkrete Situationen in Ihrem Unternehmen übertragen.
- Wir bieten die Vertriebsqualifizierung firmenintern an, d.h. wir können die Inhalte genau auf die Situation und die Anforderungen Ihres Unternehmens abstimmen. Aus Umfang und Tiefe der verschiedenen Schritte ergibt sich dann auch die Länge des Qualifizierungsprogramms. Für das komplette Programm empfehlen wir 2 Tage.
- Wir empfehlen, dass neben den Key Account Managern auch deren Vorgesetzte an dem Qualifizierungsprogramm teilnehmen. Nur wenn sie die Prozesse und Methoden kennen, können sie für eine nachhaltige Umsetzung des Gelernten sorgen.
- Die besten Ergebnisse erzielen Sie mit gemischten Teams, d.h. mit Teilnehmern aus unterschiedlichen Ländern. So lernen die Teilnehmer nicht nur von uns, sondern sie tauschen auch Best Practices aus und geben sich gegenseitig Tipps.
- Das Qualifizierungsprogramm wird auf Wunsch in englischer oder deutscher Sprache durchgeführt.

1. Wie reagieren Sie auf die zunehmende Konzentration und Marktmacht auf Handelsseite?
2. Wie gut kennen Ihre Sales- und Key Account Manager die Spielregeln im Handel und die KPIs, anhand derer Ihr Unternehmen gemessen wird?
3. Haben Sie Ziele definiert, wo Sie mit jedem Ihrer Key Accounts in 3 Jahren stehen wollen?
4. Haben Sie für jeden Key Account Strategien und Maßnahmen definiert, wie Sie diese Ziele erreichen können?
5. Weiß Ihr Vertriebsteam alles Wesentliche über ihre Key Accounts und deren Marktumfeld?
6. Werden diese Informationen heute konsequent genutzt, um Kundenstrategien zu entwickeln?
7. Stellen sich Ihre Sales- und Key Account Manager in ihren Kundengesprächen auf die individuelle Persönlichkeit Ihres Business Partners ein?
8. Erreichen Ihre Vertriebsmitarbeiter in den Kundengesprächen meistens ihre Ziele?



Gerne beantworten wir Ihre Fragen

Gruppe Nymphenburg Consult AG

Karin Theegarten

Seidlstraße 25 80335 München

Tel: +49 89 549 021-65

K.Theegarten@nymphenburg.de