



Seminar

Key Account Management - Automotive

09.03. bis 11.03.2015 (Seminarnummer: 44115) in Stuttgart

22.06. bis 24.06.2015 (Seminarnummer: 44215) in Düsseldorf

12.10. bis 14.10.2015 (Seminarnummer: 44315) in München

Key Account Management – Automotive

Die langfristige Bindung sowie der Ausbau der Geschäftsbeziehungen von Schlüsselkunden ist die zentrale Aufgabenstellung der Key Account Manager.

In dem Seminar erhalten Sie wesentliche Werkzeuge und Strategien für ein erfolgreiches Key Account Management - Automotive.

Ein zentrales Mittel ist die Analyse der Kundenstrukturen und Kundenpotentiale um in der Lage zu sein, Partnerschaften zielgerichtet aufzubauen.

Die Besonderheiten der Automobilhersteller in dem Umgang mit dem Automobilzulieferer wird der Schwerpunkt dieses Spezialseminars sein.

Ihr Nutzen

In unserem Training

- erhalten Sie einen Methodenkoffer beim Einstieg und Ausbau der Kundenbeziehungen ,
- erhalten Klarheit über den Bereich der Automotivkunden,
- trainieren Sie, Werkzeuge und Methoden in der Praxis einzusetzen,
- optimieren Sie Ihre Strategien bezüglich des Kundenausbau.
- bekommen Sie Inhalte zum aktuellen Stand im Key Account Management.

Seminarmethoden

Impulsreferate, Praktische Übungen, Gruppenarbeit, Rollenspiele, praxisorientierte Fallstudien, Diskussionen und Erfahrungsaustausch. Der Praxisbezug des Seminars steht im Vordergrund, so dass erworbene Fähigkeiten problemlos umgesetzt werden können.

Zielgruppe

Das Training wendet sich an Key Account Manager die technische, erklärungsbedürftige Produkte und Dienstleistungen beim Automotivkunden verkaufen wollen. Außerdem sprechen wir Produkt- und Programmmanager, Vertriebsbeauftragte, Senior Key Account Manager, Vertriebsleiter, Sales Manager sowie Geschäftsführer an, die ihr Key Account Wissen optimieren wollen.

Seminarprogramm (Überblick)

1. Aufgaben, Eigenschaften und Schnittstellen des Key Account Managements (KAM)

- Interne Schnittstellen: Vertriebsleitung, Top – Management, Marketing, Produktmanagement
- Grundlagen des Key Account Managements
- Wichtige Definitionen im Bereich KAM: u.a. A,B,C – Kunden, Vertrieb
- Aufgaben des Key Account Managers

2. Key Account Managements – Automotive

- Wünsche der Automobilhersteller: VW, Audi, BMW, Daimler, Porsche,
- Technischer Einkauf – Strategischer Einkauf Kunde
- Ziele der Kunden
- Verkaufsdreieck: Lieferant, Kunde
- Kundenbeziehungen – Kundenbindung
- Kundenstrategien
- Kaufmotive
- Unterschied: Dienstleistungs- und Produktserienverkauf
- Differenzierung von Neukunden und Bestandskunden, abgeleitete Maßnahmen

3. Key Account Management Strategien

- Key Account Pyramide
- Kundendurchdringung
- Erstellen von Beziehungsdiagrammen und Kundenumfeldanalysen
- Entscheidungsprozesse des Kunden analysieren und richtig beobachten
- Besuchsplanung und Besuchsmanagement
- Stabilitätskriterien langfristiger Kundenbeziehungen
- Customer Relationship Management

4. Lösungsdarstellung und Angebotswesen

- Vertriebsargumentation
- Inhalte von Angeboten
- Kalkulationsvarianten (Preisnachlässe, Rabatte)
- Anbieten von Zusatzleistungen und Optionen
- Angebotspräsentationen
- Richtiges Argumentieren
- **Training:** Lösungsdarstellung (incl. Videoanalyse) und Erarbeitung von Angebotsinhalten im Team

5. Wettbewerb und Bedarfsanalyse

- Bedarfsanalyse beim Kunden, von aktuell bis langfristig
- Analyse des Wettbewerbs
- Herausarbeiten der eigenen USP's
- SPOS, SPOT, SWOT Analyse
- Die erfolgreiche Angebots- und Unternehmenspräsentation

6. Verhandlungstraining

- Gegenüber den Einkaufsprofis der Automotivehersteller bestehen lernen
- Umgang mit Einwänden mit Wert, Qualitäts- und Leistungseinwände
- Umgang mit Preiseinwänden

7. Besprechung von Praxisfällen der Lehrgangsteilnehmer

- Tipps in der Praxis
- **Nach dem täglichen Seminarende steht der Trainer für ein persönliches Coaching bezüglich praktischen Tipps und Erfahrungen kostenfrei zur Verfügung.**



Trainer

MBA, Dipl.- Ing. (TU), Dipl.- Ing. (FH), Betriebswirt **Wolfgang Möckel** ist Geschäftsführer der Mmc GmbH, einer international und national tätigen Unternehmensberatung.

Spezieller MBA mit dem Schwerpunkt: Industriemarketing und Technischer Vertrieb [München und San Diego (USA)]

In der Unternehmensberatung konzentriert er sich im Schwerpunkt auf die Beratung von Kunden zum Thema Vertrieb und Industriemarketing.

Davor hatte er in den letzten 12 Jahren unterschiedliche Leitungsaufgaben in Funktionen als Geschäftsbereichsleiter, Abteilungsleiter beziehungsweise Niederlassungsleiter im In- und Ausland.

Wolfgang Möckel besitzt langjährige Erfahrung in der disziplinarischen Führung von über 100 Mitarbeitern in der High Tech Industrie mit dem Aufgabenschwerpunkt B2B Vertrieb.

Sehr gerne kann Ihnen ein ausführliches Profil zugesendet werden.

Teilnahmegebühr und Rabattsystem

Die Teilnahmegebühr beträgt **1600,- zzgl. MwSt.** Bei der Buchung eines 2. Teilnehmers wird 10 % Rabatt gewährt. Bei der Buchung weiterer Teilnehmer eines Unternehmens wird 20 % Rabatt berechnet.

Leistungen

Im Leistungsumfang sind neben dem Training die Tagungsgetränke sowie das Mittagessen enthalten. Ausführliche Unterlagen werden den Teilnehmern am Veranstaltungsort ausgehändigt.

Zertifikat

Jeder Teilnehmer erhält am Ende des Seminars ein persönliches Teilnahmezertifikat.

Hotel / Anmeldung

Bei Buchung des Seminars erhalten Sie eine Anmeldebestätigung. Hier ist auch das Tagungshotel mit Kontaktdaten angegeben. Diesbezüglich erhalten Sie bei Nennung des Trainings kostengünstige Konditionen.

Teilnehmer

Um einen optimalen Lernerfolg zu erhalten, haben wir die Teilnehmerzahl auf **6 Personen** begrenzt.

Inhouse

Das Seminar kann auch gerne Inhouse durchgeführt werden. Sprechen Sie mit uns!

Seminarzeiten

1. Tag: 9:30 – 17:00, 2. Tag: 9:00 – 17:30, 3. Tag: 9:00 – ca. 16:30

Anmeldung



Onlineanmeldung oder

per Post an

Mmc GmbH

Wolfratshauser Str.23

D - 82538 Geretsried

oder

per Fax an

Fax +49 (0)8171 346 542

Tel. +49 (0)8171/345 958

Mail: training@mmc-con.com

Internet: www.mmc-con.com

Hiermit buche/n ich/wir die Veranstaltung/en:

Titel der Veranstaltung

Seminarnummer

Name des 1. Teilnehmers

Ort und Termin

Titel der Veranstaltung

Name des 2. Teilnehmers

Ort und Termin

Titel der Veranstaltung

Seminarnummer

Name des 3. Teilnehmers

Ort und Termin

Rechnungsanschrift

Firma

Ansprechpartner

Funktion im Unternehmen

Straße

PLZ / Ort

Tel. / E - Mail

Datum

Unterschrift

AGB – Schulung

Teilnahmegebühren: Die Teilnahmegebühren enthalten: Die Teilnahme am Seminar, Seminarunterlagen sowie die Tagungsgetränke und je Schultag ein Mittagessen. Etwaige Übernachtungskosten sind nicht in den Teilnahmegebühren enthalten. Die Rechnung erhalten Sie beim Seminarbeginn.

Rücktritt: Ein Rücktritt ist schriftlich an die obige genannten Daten (Fax, Adresse) zusenden. Selbstverständlich kann kostenfrei ein Ersatzteilnehmer benannt werden. Anfallende Stornokosten werden wie folgt berechnet:

Offene Seminare:

1. mehr als 20 Werkstage vor Beginn: keine Gebühren
2. 10 – 20 Werkstage vor Beginn: 50% der Teilnahmegebühren
3. weniger als 10 Werkstage vor Beginn: 100% der Gebühren

Managementprogramme und Inhouse Seminare:

1. mehr als 30 Werkstage vor Beginn: keine Gebühren
2. 15 – 30 Werkstage vor Beginn: 50% der Teilnahmegebühren
3. weniger als 15 Werkstage vor Beginn: 100% der Gebühren

Rabattsystem: Nimmt ein weiterer Teilnehmer derselben Firma eines offenen Seminars an der Schulung teil, wird ein Rabatt von 10% eingeräumt. Weitere Teilnehmer eines Unternehmens erhalten 20% Preisnachlass.

Sonstiges: Änderungen zu Inhalt oder Ablauf eines Seminars beziehungsweise der Ersatz angekündigter Dozenten können erfolgen, sofern die Ergebnisse der Veranstaltung gewahrt bleiben. Aus wichtigem Grunde, insbesondere bei Erkrankung des Dozenten oder zu geringer Teilnehmerzahl sind wir jedoch berechtigt, gegen volle Rückerstattung gezahlter Gebühren den Lehrgang zu verschieben oder abzusagen. Darüber hinaus gehende Ansprüche des Kunden können nicht geltend gemacht werden.

Datenschutz: Die Teilnehmer werden darauf hingewiesen, dass die erhobenen Daten von der Mmc GmbH in maschineller Form gespeichert und im Rahmen der Zweckbestimmung des Vertragsverhältnisses verarbeitet werden. Vertrauliche Datenbehandlung wird gewährleistet.

Mmc GmbH Wolfratshauser Str.23 82538 Geretsried Tel. +49 (0)8171 345 958
www.mmc-con.com E-Mail: training@mmc-con.com