

Realisierungsbeispiel für einen 2-tägigen Inhouse-Workshop zum Thema:

Key Account Management – Automotive

Die Ausgangslage: Die OEM's in Deutschland performen gegenwärtig so gut, wie selten zuvor. Der Umsatz pro Einheit und der realisierte Deckungsbeitrag pro Einheit werden, auch infolge einer zunehmenden Elektrifizierung und Automatisierung, hoch eingeschätzt. Dies baut die aktuelle Machtposition der Automobilbauer weiter aus und der Preisdruck auf die Lieferanten steigt.

Massenproduktion wurde hier erfunden. Wer hier als Lieferant bestehen will, sollte in der Lage sein, einen spürbaren Mehrwert (Produktleistung und Produktnebenleistung) zu bieten. Die Interaktion der Kundenbetreuer, die Erreichbarkeit und die Dienstleistungsqualität sollen neben der Profit-Center-Orientierung der Key Account Manager im Fokus des gruppenspezifischen und interaktiven Workshops stehen.

Das IVM-Konzept: **Elevator Pitch** als Selbstvorstellung und Assessment für den Verkäufer, den Key Account Manager. Ziel ist es, Selbstvertrauen auszustrahlen, Glaubwürdigkeit und Vertrauen zu bilden und von einem Produkt / Dienstleistung zu überzeugen.

360° Feedback zum Pitch



What is, what if, what wows? Eine gute und sehr einfache Fragestellung. Was liefern wir aktuell, wie ist unser Preis-Leistungsverhältnis, wo liegt unsere „unique customer proposition“, was können wir wie verändern, um wettbewerbsfähiger zu werden (Kosten und Features), welche Kombination macht für die nachhaltige Kundenbindung Sinn?

Rollenspiel für Verkäufer

Buying Center vs. Selling Center

Fokus der Übung ist nicht die Selbstdarstellung, sondern die Teamperformance und die sinnvolle Ergänzung von Wissen innerhalb des Selling Centers (KAM, Verkaufsleiter, Produktmanager u.a.)



360° Feedback zum Pitch

Key Account Management – Stärken und Schwächen, Chancen und Risiken auf Key Account Ebene

Key Account Management – Pricing and contribution

Rollenspiel für Verkäufer (2)

Buying Center vs. Selling Center

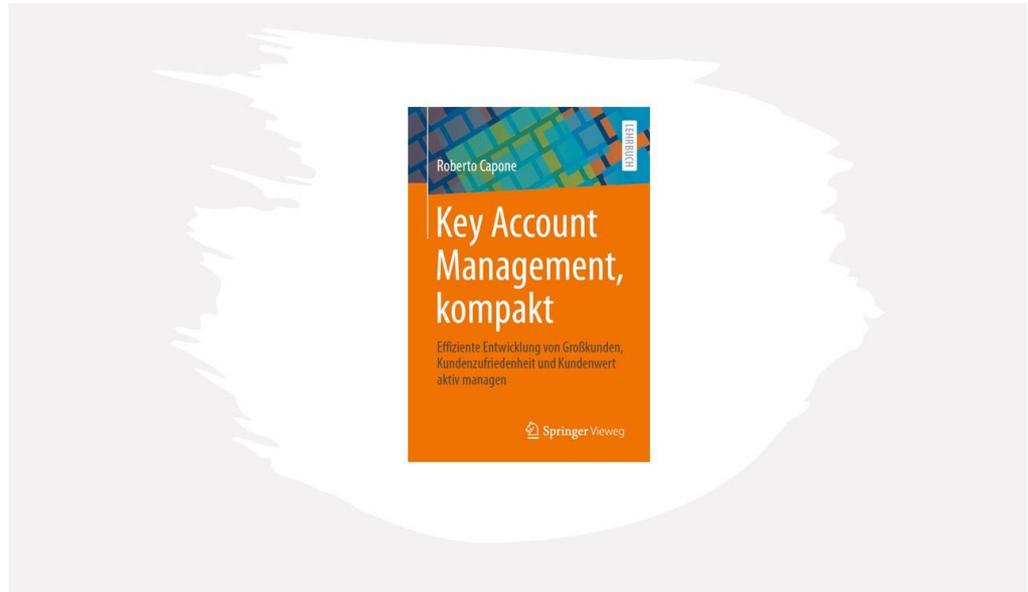
360° Feedback zum Pitch

Betriebsinterne Verantwortung für den
Kundenbearbeitungsprozess

Jemand muss die Veränderung / Optimierung verantworten, mangeln und kontrollieren.

Hoshin Kanri als Planungsinstrument für Management Deployment

Feedback und Aktionsplanung



Investitionsbeispiel:

Ab 250,- EUR pro Teilnehmer und Tag bei 10 TN

Unsere Dienstleistung:

Wir beginnen mit der Zielsetzung für die Personalentwicklung, führen eine Ist-Bewertung der Verkäufereigenschaften durch, planen und konzipieren die Inhalte in enger Absprache mit dem Auftraggeber, realisieren und evaluieren die Bildungsmaßnahme.

Ihr Ansprechpartner:

Roberto Capone

r.capone@ivm-seminare.de