

Der gesamte Kundenstamm ist ein wesentlicher Teil des Wertes eines Unternehmens. Besonders wichtig sind typischerweise einige wenige Key-Accounts, die das Gros der Produkte und Dienstleistungen eines Unternehmens erwerben. Sie sichern einen Großteil des Umsatzes und darum gilt ihnen besondere Aufmerksamkeit.

Ihr Nutzen

Sie lernen Ihre Key-Accounts richtig zu betreuen und an Ihr Unternehmen zu binden. Neben Analyseinstrumenten lernen Sie Wege zur Kundenbindung für Ihre individuelle Praxissituation kennen.

Voraussetzungen

Erfolgreich Verkaufen~5755

oder dem entsprechende Kenntnisse und Verkaufserfahrung

Preis pro Teilnehmer

EUR 700,- exklusive der gesetzlichen MwSt.

Seminardauer

2 Tag(e)/Day(s)

Hinweise

Version:

Seminarinhalte

Tag 1

* Kundenanalyse

- Wie erkenne ich meine Key-Accounts?

* Der Kundenlebenszyklus

- Phasen der Kundenbeziehung

- Die Aktivitäten in den Phasen

* Customer Lifetime Value (CLV)

- Berechnung des Kundenwertes

- Bestandskunden und Neukunden

* Kundenbindung:

- Welches Betreuungsverhältnis brauchen Key-Accounts?

- Informationssammlung über Key-Accounts

- Wege zur Kontaktaufnahme

- Wege zur Kundenbindung

- Kontaktpunkte nützen

Tag 2

* Aufbau des Verkaufsprozesses

- Buying Center

- Entscheider und Beeinflusser

* Instrumente zur Entwicklung von Key Accounts

- A/B/C Analyse

- Portfolioanalyse

- Scoring Modell

* Planung der Aktivitäten zur Kundenbetreuung

- Durch Kundenanalyse richtige Aktivitäten setzen

- Aktivitäten sinnvoll aufeinander abstimmen

- Erfolgskontrolle

Methodik

Miteinander erarbeiten Sie einen Umsetzungsplan

für Ihr Key-Account System und optimieren Ihre Aktivitäten in der

Kundenkommunikation.

